

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ДНУ “ІНСТИТУТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗМІСТУ ОСВІТИ”
ДУ “ІНСТИТУТ РИНКУ ТА ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНИХ
ДОСЛІДЖЕНЬ НАН УКРАЇНИ”
АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ НАУК (КОНІН, ПОЛЬЩА)
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (ВАРНА, БОЛГАРІЯ)
ВАРНЕНСЬКИЙ ВІЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (ВАРНА, БОЛГАРІЯ)



**ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ
ГОСПОДАРЮВАННЯ: СУЧАСНИЙ СТАН,
ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

МАТЕРІАЛИ
Х МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
4-5 жовтня 2024 року



Одеса - 2024

Степаненко Н.О.

*к.е.н., доцент кафедри державного управління, публічного
адміністрування та економічної політики*

Ащепкова Д.В.

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця,
м. Харків*

СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ

Мотивації та стимулюванню працівників завжди приділяється багато уваги в процесі управлінні персоналом на підприємстві, оскільки саме мотивація керує особливостями їх поведінки, впливає на якість та ефективність роботи працівників. Керівники повинні чітко уявляти, які мотиви стимулюють їх підлеглих на ефективну роботу і впливають на досягнення високих результатів. Тому завжди одним із стратегічних завдань управління персоналом є аналіз теоретичних і практичних аспектів мотивації та стимулювання праці.

Сучасні умови господарювання на вітчизняних підприємствах різних форм власності характеризуються необхідністю розробки ефективних шляхів управління працею та забезпечення вдосконалення людського чинника. Отже, мотивація виступає вирішальним чинником ефективності будь-якої людської діяльності.

Мотивація – це насамперед психологічний процес, який керує поведінкою людей. Отже, мотивація персоналу – це створення на підприємстві особливих умов праці та стимулів, які спонукають працівників ефективно виконувати свої обов'язки та досягати поставлених цілей [1].

Якщо розглянути типи мотивації, то вона може бути внутрішньою або зовнішньою. Внутрішня мотивація зумовлена внутрішніми почуттями працівників, такими як задоволення, щастя, гордість за результати своєї роботи. Коли має місце внутрішня мотивація, людина виконує дії, щоб відчути задоволення. Так, наприклад, завершуючи проект, яким ви дуже захоплені, ви задовольняєте особисте бажання набувати необхідні знання. Зовнішня ж мотивація викликається зовнішнім впливом, наприклад, отриманням винагороди робітником або уникненням штрафів. Джерелами зовнішньої мотивації є цільові показники, система дедлайнів, бонуси, додаткові послуги та призи.

При правильно проведених заходах щодо стимулювання своїх співробітників керівництво компанії може отримати позитивний результат, а саме: підвищити якість та продуктивність праці; вдосконалити відношення працівників до своєї роботи; заохотити працівників сумлінно підходити до виконання своїх службових обов'язків; покращити виробничі показники покращуються; сприяти розвитку компанії [2]. Усі керівники хочуть, щоб їхні співробітники працювали ефективно, виконували роботу, робили свій внесок у

досягнення спільних цілей компанії та зростали разом з нею. Щоб досягти цього, організаціям необхідно створити приємне середовище, в якому працівники можуть ефективно працювати.

Мотиваційні системи в будь-якої організації виконують певні завдання: заохочення працівників до ефективного виконання поставлених завдань; поступове підвищення продуктивності праці; створення позитивного середовища на робочих місцях; сприяння підвищенню лояльності працівників до підприємства і його керівників; створення сприятливих умов щодо залучення компетентних висококваліфікованих спеціалістів; привертання уваги щодо дотримання правил корпоративної етики і культури.

Ефективність компанії певним чином залежить від якості праці і компетентності її працівників. Отже, працівники безпосередньо впливають на всі процеси всередині компанії та сприяють розвитку успішного бізнесу. Але працівники є не тільки професіоналами своєї справи, що володіють певними навичками. Насамперед, вони є людьми, які можуть бути задоволеними умовами праці і винагородженням, або, навпаки, незадоволеними і прагнути розвитку та визнання. Тобто, з метою утримання кваліфікованих працівників в компанії, щоб вони не шукали нового місця роботи, втративши бажання працювати, дуже важливим завданням керівництва компанії є їх заохочення і мотивація.

Можна визначити, що мотивація співробітників – це рівень відданості, креативності, який вся команда приносить на робоче місце щодня [3]. Мотивація має значний вплив (як позитивний, так і негативний) майже на всі сфери діяльності компанії. Мотивовані працівники роблять все можливе, виконуючи роботу так, щоб це сприяло підвищенню продуктивності та відповідало поточним завданням компанії. Невмотивовані працівники, швидше за все, будуть робити тільки той мінімум, що є необхідним або шукати інше місце роботи.

Слід зазначити, що в компанії будь-якого розміру і форми власності мотивацію працівників можливо розвинути. В додаток до очевидних заходів мотивації і стимулювання праці, доступних будь-якій компанії, таких як підвищення заробітної плати та просування по службі, компанії можуть отримати вигоду від унікальних стимулів, пристосованих до їхніх співробітників. Так, наприклад, забезпечення гнучкості робочого графіку, можливість гібридного або віддаленого типів роботи, забезпечення додаткових бонусів, надання можливостей для професійного розвитку та створення схем визнання. І це лише кілька способів, які можуть використовувати компанії, впроваджуючи мотивацію співробітників.

Список використаних джерел:

1. Бортнік С.М., Конюх І.М. Інтегровані маркетингові комунікації у діяльності підприємства та оцінка їх ефективності. URL: <http://global-national.in.ua/archive/14-2016/58.pdf>
2. Романенко Л.Ф. Маркетингові комунікації та оцінка їх ефективності. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_21/2/25.pdf
3. Бондар В.П., Гаврилко Т.О. Комунікації в сучасному маркетингу. URL: http://www.lib.nau.edu.ua/Journals/3_27_2010/Bondar.pdf