

к.гос.упр., доц. Е. А. Шумаева
г. Донецк
ГОУ ВПО «Донецкий национальный
технический университет»
А. Д. Бочарова
г. Донецк
ГОУ ВПО «Донецкий национальный
технический университет»

Мотивационные способы повышения конкурентоспособности предприятия в условиях нестабильности

Аннотация: В статье исследованы мотивационные способы и роль персонала в повышении конкурентоспособности предприятия в условиях нестабильности, определены основные составляющие мотивации.

Ключевые слова: мотивация персонала, конкурентоспособность предприятия.

В современных условиях, отличающихся особым влиянием со стороны государства, а также созданными экономико-правовыми условиями, ориентированными на развитие стабильных лидеров во всех сегментах экономики, дальнейшее повышение эффективности их деятельности связано с поиском внутренних ресурсов.

Конкурентоспособность предприятия можно определить и как относительную характеристику, отражающую отличие процесса развития данного продуцента от конкурента как по степени удовлетворения своими товарами (услугами) потребности потребителей, так и по эффективности производственной деятельности [1]. Основным носителем новых конкурентоспособных идей, решений нестандартных задач или новых способов решения стандартных задач является персонал организации и оптимизация управления системой мотивации и стимулирования персонала организации, направленной на повышение трудовой, социальной, творческой активности сотрудников, что однозначно положительно влияет на конечный результат всей производственно-хозяйственной и финансовой деятельности компании.

Существуют определенные логические связи конкурентоспособности персонала и мотивации трудовой деятельности: с одной стороны, чем более конкурентоспособна рабочая сила, тем сильнее она должна стимулироваться и, напротив, чем выше мы стимулируем работников, тем более конкурентоспособными они должны быть.

Проблема мотивации сотрудников на протяжении многих лет остается одной из самых важных в ряду проблем управления персоналом. Теоретические аспекты процесса мотивации персонала в разные периоды исследованы такими авторами, как: З.Фрейд, А.Адлер, К.Хорни, А. Маслоу, Г.Олпорт, К.Роджерс, Ф. Лерш, Г.А. Мюррей, Б. Вайнер и др.

Каждый руководитель стремится к тому, чтобы персонал работал более эффективно, качественно и результативно. Готовность и желание персонала выполнять свою работу является одним из ключевых факторов успеха организации. Практика показывает, что механическое принуждение к труду не может дать высокого положительного результата. Разработать эффективный механизм мотивации персонала можно, лишь зная то, что движет человеком, что побуждает его к деятельности, какие мотивы лежат в основе его действий. В современных условиях в развитых странах мира частная собственность все более утрачивает черты индивидуального владения и все более приобретает частный групповой характер. Фактически это снижает отстраненность наемных работников от результатов труда. Разумеется, производительность труда напрямую влияет на конкурентоспособность организации.

Система мотивации и стимулирования существует в любой организации независимо от того, зафиксирована она формально или нет. Человеческие мотивы довольно стихийны, и если сотрудники предпочитают работать именно в этой организации, значит, ими что-то движет. Невозможно (по аналогии с природными стихиями) изменять мотивацию людей, возможно лишь пытаться использовать ее и направлять с помощью стимулов.

Мотивируя трудовую дисциплину, деловую активность персонала, повышение квалификации и уровня образования, отношение к труду и личностным качествам, руководство тем самым стремится повысить конкурентоспособность своего персонала.

В управлении персоналом мотивация рассматривается как процесс активизации мотивов работников (внутренняя мотивация) и создания стимулов (внешняя мотивация) для их побуждения к эффективному труду. Целью мотивации является формирование комплекса условий, побуждающих человека к осуществлению действий, направленных на достижение цели с максимальным эффектом. Для этого необходимо знать, как возникают те или иные мотивы, как и каким способом, мотивы могут быть приведены в действие, как осуществляется мотивирование людей.

Существуют различные способы мотивации, из которых назовем следующие:

- нормативная мотивация (побуждение человека к определенному поведению посредством идейно-психологического воздействия: убеждения, внушения, информирования, психологического заражения и т.п.);

- принудительная мотивация, основывающаяся на использовании власти и угрозе ухудшения удовлетворения потребностей работника в случае невыполнения им соответствующих требований;

- стимулирование – воздействие не непосредственно на личность, а на внешние обстоятельства с помощью благ – стимулов, побуждающих работника к определенному поведению [2].

Мотивацию принято рассматривать как процесс, имеющий две составляющие: материальную и моральную мотивацию (немонетарную). Материальное вознаграждение осуществляется на основе применения эффективных систем организации заработной платы, научно-обоснованной

тарифной системы, норм и нормативов трудовых затрат, форм оплаты труда, поощрительных выплат, надбавок и доплат к заработной плате, методов формирования фондов оплаты.

Одной из форм стимулирования данной мотивации является приобретение акций компании (опционы). Эта форма вознаграждения, используемая современными корпорациями для стимулирования своих сотрудников (в первую очередь руководителей), заключается в предоставлении им возможности приобрести акции корпорации по фиксированной цене в определенный момент времени в будущем. Опционы являются практически бесплатной для компании формой вознаграждения, поскольку они предоставляют сотруднику возможность приобрести акции по фиксированной цене, а не награждают сотрудника бесплатным пакетом акций. Участие работников в акционерном капитале, прибылях и в управлении своими предприятиями повышает производительность труда в среднем на 5 -10%.

Разновидностью коллективного премирования является система участия в прибыли, при которой определенный процент прибыли компании распределяется между ее работниками. Премирование из прибыли предусматривает, что работник или подразделение получает свою долю вознаграждения при достижении определенной величины прибыли (валовой, чистой) в виде фиксированного процента с прибыли. Премирование из прибыли является наиболее тонким инструментом поощрения, поскольку четко ориентирует на достижение главного экономического критерия.

При использовании в организации системы немонетарного вознаграждения становится актуальным наличие нематериального стимулирования, включающего моральное стимулирование, например, стимулирование свободным временем и организационное стимулирование. Немонетарное вознаграждение – система достойной оценки труда каждого работника и персонала в целом, виды морального поощрения, общественного признания трудового вклада.

Конкурентная среда и конкуренция являются важнейшим условием рыночного механизма мотивации труда. Конкуренция на рынке труда заставляет сотрудников лучше работать, а руководство – создавать для этого все условия, то есть постоянно совершенствовать механизм мотивации труда. Конкуренция заставляет держаться за рабочее место, особенно если речь идет о традиционных профессиях, не требующих хорошего образования, что относится к работникам, не обладающим интеллектуальной собственностью.

В современных условиях глобальной конкуренции, ускорения технического прогресса и ценности интеллектуальной собственности все большую популярность имеют системы оплаты труда за знания и компетенции. Сегодня от сотрудников требуется не столько тщательное выполнение должностных функций, сколько способность делать то, что не предусмотрено должностной инструкцией, но необходимо организации в данный момент. Особое значение имеет наличие у работника разносторонних профессиональных навыков и способности развивать и приобретать новые.

Чем выше мотивация сотрудника, тем больше он стремится выполнять свою работу лучше, эффективнее, стремится к саморазвитию, повышению квалификации в рамках своей работы; тем выше конкурентоспособность организации. Работник идентифицирует свои личные цели со стратегическими целями компании. В результате производительность труда растет, а, следовательно, растет и конкурентоспособность товаров и услуг компании. Безусловно, каждая компания имеет свои индивидуальные особенности, зависящие от ее размера, области деятельности, стиля управления, в соответствии с которыми необходимо выстраивать систему рыночной мотивации персонала.

Библиографический список:

1. Экономическая теория. Учебник / Под общ. ред. акад. В.И. Видяпина, А.И. Добрынина, Г.П. Журавлевой, Л.С. Тарасевича. – М.: ИНФРА-М, 2003.
2. Цветкова И. И. Локальный механизм мотивации труда персонала / И. И. Цветкова // Экономика и управление. — 2007. — № 1. — С. 89–92. — ВАК Украины.

Материалы XIV–й Международной научно–практической конференции «Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы», 23–24 ноября 2017 г. — г.Донецк, ДонНТУ: [посвящ. 90–летию кафедры «Экономика и маркетинг»: материалы] / 2017. — с.306–310