

УДК 314:316

Шмиголь Н. М.¹, Бойченко А.А.²

¹ д-р екон. наук, проф. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. ФЕУ–510м «Запорізька політехніка»

ФОРМИ ВПЛИВУ МОТИВАЦІЇ СПІВРОБІТНИКІВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ КОМПАНІЇ: МІЖНАРОДНИЙ АСПЕКТ

У роботі розглянуто мотиваційні методи, які використовуються на міжнародних іноземних компаніях, і порівнюємо їх з українськими, що застосовуються в транспортній компанії «Global Logistic» і «Wolf carriers», що працюють на основі американського досвіду, з метою застосування в українських компаніях.

Мотив (лат. Moveo «рухаю») - матеріальний або ідеальний предмет, що представляє термінальну (кінцеву) цінність для суб'єкта, який визначає

напрямок його діяльності, досягнення якого і виступає сенсом діяльності (по А. Шопенгауер).

Досліджено поняття мотив та мотивація, а саме:

Мотивація (від лат. *Movēre* «рухати») - спонукання до дії; психофізіологічний процес, керуючий поведінкою людини, що задає його спрямованість, організацію, активність і стійкість; здатність людини діяльно задовольняти свої потреби.

Проаналізовано іноземні моделі мотивації співробітників. Аналізуючи роботу японських підприємств, слід зазначити, що Японія є країною з високим почуттям громадянської відповідальності і самовіддачею, де загальні інтереси і, особливо, інтереси компанії стоять вище індивідуальних.

Однією з основоположною мотиваційною управління співробітників на японських підприємствах є зростання заробітної плати, а так же ряд нематеріальних заохочень, які включають, в тому числі: премії та бонуси, що виплачуються на постійній основі; оплату транспортних витрат; медичну страховку для працівника і його сім'ї; часткову оплату житла; позики для придбання нерухомості; навчання в вузах Японії, а також Європи і США; підвищення кваліфікації.

В американській моделі особливу роль, на відміну від японської, грає матеріальна мотивація і можливість кар'єрного росту. Найбільш поширеною є система мотивації Скенлона і системі Раккера. Система Раккера полягає в тому, що працівники отримують премію за збільшення обсягу «чистої» продукції в перерахунку на один долар заробітної плати.

Так само до мотивації на американських підприємствах використовують: медична страховка, яку оплачує роботодавець; курси підвищення кваліфікації; корпоративні свята; спільні поїздки.

Говорячи про застосування закордонного досвіду мотивації співробітників на підприємствах України, проаналізовано методи управління персоналом компанії «Global Logistic».

Стиль керівництва даної компанії є грубо авторитарним. Відповідно модель мотивації так само має строгий характер. Один з основних методів мотивації є поділ на шару "еліти" і звичайних працівників. «Елітою» компанії вважаються топ-сейл (співробітники з кращими результатами роботи і чистої виручки для компанії).

Для співробітників з кращими результатами і продажами («еліти»): купується власне шкіряне крісло; надається особистий помічник; збільшується відсоток від продажів; премії і бонуси; надається унікальна можливість брати відпустку, не вичікуючи періоду 6 місяців; надається абонемент в престижний спортзал; надається окреме таксі (за бажанням); знімаються додаткові години роботи через запізнення;

влаштовуються окремі престижні поїздки з керівництвом за рахунок компанії.

Кожен певний період присвоюється «зірка» з найкращим результатом робітника і вішається на поротне місце.

Таким чином, це дає поштовх іншим співробітникам і мотивує їх до досягнення кращих результатів.

Так само до форм загальної мотивації в компанії відносяться: гідна заробітна; система внутрішніх пільг: преміювання, оплата проїзду, таксі; можливість кар'єрного росту та заробітної плати; престижність роботи в компанії американського рівня; корпоративні уроки англійської мови; проведення корпоративних заходів та днів народжень.

Однак так само існує ряд строгих правил, які діють на всіх співробітників компанії, тим самим врівноважуючи їх права.

Отже, застосування іноземних мотиваційних моделей в українських компаніях з авторитарним типом управління сприяє збільшенню конкурентоспроможності. Найбільш ефективним методом є поділ на "топ" співробітників і звичайних, задаючи потрібний поштовх до збільшення продуктивності і тим самим збільшуючи загальну конкурентоспроможність компанії в цілому.