

Список літератури

1. Заяць Т. А. Методологічні аспекти дослідження молодіжного сегменту ринку праці / Т. А. Заяць, В. Л. Кравченко // Зайнятість та ринок праці : міжвід. наук. зб. – К. : РВПС України НАН України, 2007. – Вип. 15. – С. 16–26.

2. Кравченко В. Л. Молодіжний сегмент ринку праці : новітні тенденції та перспективи розвитку в Україні / В. Л. Кравченко // Регіональні аспекти розвитку і розміщення продуктивних сил в Україні. – 2007. – Вип. 5. – С. 197–203.

3. Онікієнко В. В. Молодіжний ринок праці України: проблеми та шляхи вирішення / В. В. Онікієнко, Л. Г. Ткаченко – К. : Рада з вивчення продуктивних сил України НАН України, Український ін-т соціальних досліджень, 2003. – 160 с.

4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dcz.gov.ua/control/uk/publish/article;jsessionid=60BA5BBC13E9E384D756977FAD8E471B?art_id=215764&cat_id=4713800>.

5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://professiya.com.ua/news/samye_nevostrebovannyye_professii_v_ukraine/2011-09-26-16>.

Отримано 30.03.2012. ХДУХТ, Харків.

© Н.І. Єсінова, О.М. Ніценко, 2012

УДК 331.101.3

Н.І. Єсінова, канд. техн. наук, проф.

О.М. Ніценко, студ.

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ

Розглянуто новітні технології в мотивації праці на прикладі успішних компаній. Щоб мати високий рівень конкурентоспроможності, необхідно постійно підвищувати ефективність та продуктивність підприємства. Для досягнення позитивного результату використовуються сучасні методи мотивації праці, проаналізовані в даному дослідженні.

Рассмотрены новейшие технологии в мотивации труда на примере успешных компаний. Чтобы иметь высокий уровень конкурентоспособности, необходимо постоянно повышать эффективность и производительность предприятия. Для достижения положительного результата используются современные методы мотивации труда, проанализированные в данном исследовании.

The article deals with the latest technologies in motivation on the example of successful companies. To have a high level of competitiveness, to constantly improve efficiency and productivity of the enterprise. To achieve a positive result, modern methods of motivation are used that are analyzed in this study.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У міру того, як продукти, ринки й організації стають складнішими, цінність людських знань і вмінь зростає. Недостатньо підготовлені працівники шкодять організаціям у багатьох відношеннях: низька якість продукції, погане обслуговування, вищі витрати і дорогі помилки.

Основна проблема раціоналістичного підходу до організації, що складається з людей, полягає в тому, що люди самі по собі не дуже раціональні. Вони егоцентричні, люблять похвалу і звикли вважати себе переможцями. Людина – продукт зовнішнього середовища, дуже чутливий і тонко реагуючий на зовнішню мотивацію, як негативну, так і позитивну. При цьому внутрішня мотивація людини також має велике значення.

Ми потребуємо того, щоб наше життя було осмисленим, і готові пожертвувати багатьма речами на користь тих організацій, які допоможуть знайти нам цей сенс.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У той же час, нам потрібні незалежність, відчуття того, що ми самі розпоряджаємося своєю долею та можливістю виділитися серед інших.

Успішні компанії демонструють нам дуже важливий урок: необхідно створювати такі умови, в яких позитивна самооцінка працівників могла б постійно закріплюватися. Більшості співробітників у таких компаніях дають можливість відчути себе переможцями. У великих організаціях, як і у великому колективі, є різні люди і далеко не всі з них зірки та чемпіони, але фундаментальна відмінність полягає в тому, що в найуспішніших організаціях заохочують працівників за досягнення, а не карають за невдачі. У таких компаніях люди в основному виконують свої плани, бо ці плани складено (переважно самими співробітниками) саме так, щоб їх можна було виконати [1].

Один відомий вислів говорить: «Нічого так не сприяє успіху, як успіх». Виявляється, правда цього афоризму повністю підтверджується наукою. Під час одного експерименту дорослим запропонували розв'язати десять головоломок. Усі учасники отримали однаковий набір головоломок. Після перевірки завдань їм оголосили результати, які не зовсім відповідали дійсності. Одній групі учасників повідомили, що вони дійсно впорались із завданням (для 70%

учасників це було дійсно так). Другій групі сказали, що завдання виконані неправильно (хоча 70% із них успішно впорались із завданнями). Потім усі учасники повинні були розв'язати ще десять завдань (однотипні). Та група, якій повідомили про успішне виконання завдань у першому раунді, у другому дійсно показала кращий результат, а результати другої групи насправді стали гіршими. Спогади про свої особисті досягнення в минулому явно стимулюють працездатність, підвищують мотивацію і сприяють успіху [2].

У менеджменті часто використовується такий метод мотивації праці, як позитивне закріплення, тобто винагорода за гарно виконану роботу. Але слід звернути увагу на асиметрію між позитивним і негативним закріпленням (особливо якщо мова йде про загрозу використання каральних санкцій). Також необхідно знати, що якість закріплення важливіша, ніж кількість. По-перше, закріплення має бути конкретизоване і включати якомога більший обсяг інформації. По-друге, винагорода має бути своєчасною. По-третє, система механізмів зворотного зв'язку повинна враховувати досяжність. По-четверте, зворотний зв'язок стає невідчутним, проте таким, що повертає до себе увагу з боку керівників вищої ланки. І нарешті, регулярне закріплення втрачає силу, бо стає передбачуваним. А непередбачуване, нерегулярне закріплення діє набагато ефективніше [4].

Широкий контекст успішної діяльності має внутрішня мотивація. На перший погляд може здатися, що внутрішня мотивація і зовнішнє закріплення – речі взаємовиключні, але в нашому розумінні вони чудово поєднуються одне з одним. Ученими було доведено, що стійка зацікавленість у будь-якій діяльності забезпечується лише створенням таких умов, які сприяли б внутрішній мотивації. Тобто людина має вірити в корисність своєї справи, якщо ми хочемо, щоб вона була їй вірна.

Управлінські системи успішних компаній проєктуються не тільки для того, щоб виховати безліч переможців; вони розраховані на закріплення досягнутих перемог. Ці системи надзвичайно ефективно використовують нефінансові заохочення. Вони дають великий заряд ентузіазму.

Цінності, завдяки яким функціонують успішні компанії, проникають до свідомості людини за рахунок більш м'яких методів: відповідних історій, міфів, легенд і метафор. Міф сприяє формуванню єдиного для всіх співробітників відчуття місії компанії та забезпеченню загальної гармонії. Таким чином, яким би не було конкретне джерело міфів, вони є «будівельними блоками» будь-якої організації [3].

Мета та завдання статті. Пріоритетність компетентного підходу в мотивації співробітників у компаніях актуалізує саморозвитку студентів – усвідомленого цілеспрямованого виховання себе як професіонала, тобто самостійного вдосконалення своїх знань, умінь, особистих і функціональних якостей, які забезпечують ефективну професійну діяльність.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток таких необхідних сучасному фахівцю з вищою професійною освітою якостей, як соціальна активність, гуманність, порядність, духовність, толерантність, відчуття краси й гармонії, совість, честь, є основним напрямом самовиховання студентів. Спогади про свої особисті досягнення в минулому (у студентські роки) стимулюють працездатність, підвищують мотивацію і сприяють успіху.

Трудова мотивація сучасного студентства має суперечливий характер. Цікава робота, розвиток і реалізація своїх здібностей цінуються досить високо, хоч і нижче за цінності приватного життя: «робота для власної творчої самореалізації».

Прагнення людини до досягнення мети, визначеної компанією, є функцією заохочення, що асоціюється з досягненням цієї мети, причому найважливішим з таких заохочень є задоволення власного «я», і це заохочення може бути безпосереднім продуктом зусиль, направлених на досягнення мети відповідної організації [2].

Сьогодні в нашому світі, що стрімко змінюється, успішно функціонувати зможуть лише ті організації, які навчаться максимально швидко й адекватно реагувати на зміни, що відбуваються. Традиційним ієрархічним системам управління, що називаються в управлінській літературі класичними або тейлористськими, дедалі складніше відповідати на виклик часу. До таких класичних систем належать і більшість освітніх закладів.

Лідерами ж у найближчому майбутньому стануть ті організації, які зможуть освоїти й застосувати у своїй діяльності два ключові чинники, що ведуть до успіху, – це можливість децентралізації й автономії. Тобто організації розподіляють працю, створюючи велику кількість спеціалізованих посад, служб та підрозділів. Потім вони мусять з'єднати в одне ціле велику кількість елементів засобами вертикальних і горизонтальних методів інтеграції.

А фундаментальним системоутворюючим чинником децентралізації й автономії є принцип самоорганізації та саморозвитку [1].

Висновки. Ураховуючи, що організації – це як люди, об'єднані загальними ідеями, сенсами й цінностями, практичне втілення самоорганізації та саморозвитку організацій насправді означає вміння

кожної людини, що є її співробітником (членом), постійно підтримувати самоорганізацію й саморозвиток.

Службовців наймають виконувати певну роботу, але вони завжди «приносять» із собою на робоче місце соціальні й особисті потреби. Крім того, вони проводять значну частину часу, взаємодіючи з іншими, один на один або в групах. Отже, індивідуальна задоволеність і дієвість організації значною мірою залежать від якості міжособових відносин [3].

Зараз дуже часто ми чуємо про таке явище, як скорочення кадрів. Це призводить до втрати талантів і лояльності. Багато успішних організацій пішли в другому напрямку – інвестування в людей, оскільки високо мотивована і кваліфікована робоча сила є значною конкурентною перевагою.

Суспільні навички і здібності індивіда є важливим елементом ефективності відносин на роботі. Керівники успішних компаній створюють умови, які враховують недоліки своїх співробітників (наприклад, швидкість опрацювання інформації та її обсяг), а також їх сильні сторони (наприклад, енергію, що йде від вірності своїй справі та ентузіазму).

Менеджмент успішних компаній бере до уваги всі вище розглянуті принципи. Результатом є більш ефективніша діяльність, більша віддача від «середньої» людини. Важливо також для суспільства і для самих компаній те, що вони створюють таке середовище, в якому люди можуть процвітати, розвиватися, підвищувати свою самооцінку і бути повноцінними працівниками та повноцінними членами суспільства.

Ми стверджуємо, що успішні компанії тому стали успішними, що організовані так, щоб отримати надзвичайної віддачі від звичайних людей.

Список літератури

1. Питерс Т. Дж. В поисках совершенства. Уроки самых успешных компаний Америки / Т. Дж. Питерс. – М. : Альпина Паблишер, 2010. – С. 528.
2. Болмэн Ли Дж. Рефрейминг организаций. Артистизм, выбор и лидерство / Ли Дж. Болмэн, Терренс Е. Дил. – СПб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – С. 496.
3. Кебас М. Как работают теории мотивации / М. Кебас // УП. – 2010. – № 3. – С. 17–20.
4. Колот А. М. Мотивация персонала : підручник / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 2002. – С. 337.

Отримано 30.03.2012. ХДУХТ, Харків.
© Н.І. Єсінова, О.М. Ніценко, 2012