

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПСИХОЛОГІЇ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ	9
1.1. Нематеріальна мотивація як предмет економічної психології	9
1.2. Сутність та складові нематеріальної мотивації персоналу	16
1.3. Вимоги міжнародних стандартів у сфері управління якістю щодо мотивації персоналу	22
Висновки та узагальнення	27
РОЗДІЛ 2. МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ	29
2.1. Місце нематеріальної мотивації в системі мотивування та залучення персоналу	29
2.2. Принципи та підходи нематеріального мотивування персоналу на підприємстві	39
2.3. Методи виміру ефективності нематеріальної мотивації персоналу в системі управління якістю підприємства	48
2.4. Психологія нематеріальної мотивації в структурі системи управління якістю підприємства	63
Висновки та узагальнення	74
ВИСНОВКИ	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	83

ВСТУП



Сучасні економічні реалії ринкової системи господарювання заго-струють прояви конкурентної боротьби та визначають потребу у активізації чинників адаптації та постійного зростання для учасників економічного процесу, одним з невід'ємних атрибутів якого є людський ресурс. Управління персоналом та підвищення ефективності цієї діяльності наразі розглядається як один із найбільш актуальних інструментів розвитку для суб'єктів господарювання усіх форм власності та підпорядкування, в умовах обмеженості ресурсного потенціалу та ринків збуту, адже на відміну від об'єктивно лімітованих факторів виробництва, потенціал людського поступу та зростання не має чітких меж. Саме з цих позицій визначення психологічних чинників та активаторів залучення та мотивування персоналу актуалізується нагальними запитами економічного середовища, та є не тільки науковою гіпотезою але й прикладним завданням.

Проблематика економічної психології, психології підприємництва та праці розглядається у дослідженнях багатьох провідних вітчизняних та міжнародних науковців, зокрема Г. Ложкіна, Г. Долгої, Л. Карамушки, М. Амод, Л. Пілецької, Т. Бергіса, І. Колініченко, П. Гранта, І. Троїцької, М. Бутко, М. Лобан, Н. Андерсона, З. Шайхліслова, Є. Ходаківського, М. Прищак, Н. Іванової та інших. Більш предметніші дослідження аспектів мотивування

персоналу, зокрема нематеріальної форми мотивації розглядаються у працях М. Морозової, Г. Круз, Р. Тодерсія, А. Климчук, В. Янковська, М. Гончаренко та інших. Запровадження та організація системи управління якістю розглядається у роботах Л. Траченко та С. Безродної. Втім необхідно констатувати, що попри значний масив теоретичних та практичних розробок за темою даного дослідження нерозглянутим наразі залишається питання психологічних чинників нематеріальної мотивації в системі управління якістю підприємства.

Метою представленої роботи є теоретичне та прикладне обґрунтування психологічних чинників та механізмів, що лежать в основі нематеріальної мотивації персоналу, зокрема у складі елементів системи управління якістю підприємства, та розроблення пропозицій щодо підвищення ефективності заходів нематеріального мотивування працівників вітчизняних підприємств із використанням психологічного інструментарію.

Науково-методичною базою представленого дослідження є фундаментальні положення економічної психології, психології управління, підприємництва та праці, а також наукові методи, зокрема: аналіз, синтез, порівняння, систематизація та узагальнення наукової і методичної літератури з проблематики дослідження. У якості методичної основи визначення поточного стану рівня вмотивованості персоналу вітчизняних підприємств використовувався метод опитування та статистичні методи обробки даних (зокрема із використанням відповідного програмного забезпечення), а також методи візуалізації та інтерпретації результатів дослідження.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості подальшого використання отриманих результатів з метою підвищення ефективності та продуктивності діяльності вітчизняних

підприємств, шляхом вдосконалення діючих механізмів нематеріального мотивування персоналу.

Представлена робота може бути цікава фахівцям в сфері організаційної та економічної психології, керівникам підприємств та спеціалістам кадрових служб.

Розділ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПСИХОЛОГІЇ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ



1.1. Нематеріальна мотивація як предмет економічної психології

Економічна психологія, як науково-практичний напрям психологічних досліджень, сфокусовує свою увагу на питаннях відображення людиною і групами людей економічної реальності, особливостей та механізмів економічної поведінки. Сформувалася економічна психологія як самостійний міждисциплінарний напрям і галузь наукового знання в першій половині ХХ століття і доволі інтенсивно розвивається протягом останніх років [1; 2].

М. Бутко [3] визначає економічну психологію як науковий напрям, що вивчає поведінку людей в умовах економічних стосунків, тобто в умовах виробництва, розподілу, обміну, споживання, володіння й управління, та справедливо підкреслює, що економічна психологія виникла у результаті усвідомлення того факту, що розуміння поведінки людини у сфері економічних стосунків і вибору успішної економічної політики неможливі без розуміння психологічних особливостей людини як суб'єкта цих стосунків.

Зарубіжні науковці [4–7] дещо розширюють предметне поле економічної психології, та визначають її як розділ психології, який застосовує принципи психології до робочого середовища (сфери реалізації виробничого процесу), а метою якого є підвищення гідності та продуктивності людини і організацій, у яких вони працюють, шляхом активної імплементації і просування науки та знань про людину у виробничу практику.

І. Троїцька [8] розглядає економічну психологію як міждисциплінарний розділ знань про психологію людини в умовах господарювання (обдуманого, обачного поведження з обмеженими ресурсами – природою, фінансами, засобами виробництва, інтелектом і іншими видами джерел, необхідних людині для можливості діяти).

У світовій науці розроблено понад п'ятдесят теорій мотивації. Поряд з психологами У. Джемс, А. Маслоу, Ж. Годфруа, Х. Хекхаузеном, Г. Олпортом, А. Леонтєвим, Є. Ільїним, П. Якобсоном, істотний внесок в розробку проблем мотивації внесли економісти Ф. Тейлор, Й. Шумпетер, А. Маршалл, Д. Гелбрейт, П. Друкер, соціологи Е. Мейо, Ф. Герцберг, А. Здравомислов та ін. [9]. Мотивація послідовно виступає як посередник між особистістю та продуктивністю на роботі [7], і саме цей аспект визначає вагомість питання ефективного мотивування персоналу підприємств на шляху досягнення виробничих цілей та завдань.

На важливості мотивації в загальній структурі організації бізнес-процесів в країні наголошує й Є. Ходаківський [10], зазначаючи, що ефективне управління нині не можливе без розуміння мотивів і потреб людини-працівника, без раціонального та розумного використання стимулів до праці не можливо найкращим чином управляти підприємством, установою, організацією будь-якого рівня.

Мотивація, за визначенням Є. Ходаківського [10], – це процес внутрішнього спонукання індивіда до активної діяльності, досяг-

нення поставлених цілей, та водночас процес свідомого вибору людиною певної лінії поведінки, яка ґрунтується на внутрішніх і зовнішніх чинниках, або, іншими словами, на мотивах і стимулах Х. Внутрішні чинники (мотиви) пов'язані з формуванням особи працівника, його освітою, культурою, ціннісними орієнтаціями, а також умовами життя. Зовнішні чинники пов'язані з впливом оточуючого соціального середовища, та певних екстернальних поштовхів.

Мотиваційний процес виникає на основі потреб та інтересів людини і корелює, з одного боку, з цілим спектром особистих якостей та цільових настанов, тобто з життєвим та виробничим досвідом особи, її професійними та фізіологічними можливостями, із бажаними, очікуваними результатами власних дій. А з другого – з техніко-технологічними умовами та можливостями виробництва, в якому вона бере участь, його організацією, адекватністю дій керівників, поведінкою працівника у виробничому процесі та реакцією з боку соціуму [10].

Н. Базалійська та С. Микитюк [11] розглядають мотивацію у складі психологічних методів соціально-психологічного впливу на людські ресурси та визначають в якості основних інструментів мотивування: навіювання, переконання, наслідування, спонукання для зниження рівня «опору змінам». Усі вищеперераховані методи можна віднести саме до нематеріальних інструментів мотивування персоналу. Таким чином можна підкреслити, що розглядаючи психологічні аспекти мотивації персоналу науковці здебільшого визначають їх у якості нематеріальних чинників, натомість економічне мотивування розглядається як матеріальне (фінансове, таке, що містить аспекти монетизації) заохочування.

Мотивація персоналу, зокрема й нематеріальна її складова, є предметом розгляду не тільки економічної психології, а й супутніх дисциплін, зокрема організаційної психології, психології праці, психології управління, психології бізнесу, та інших. Зокрема Л. Пілецька [12]

визначає у якості основних завдань психології бізнесу формування знань про психологічні особливості особистості бізнесмена та механізми розвитку і функціонування підприємницької організації, тобто підкреслюючи вагомість імплементації психологічних інструментів в процесі розвитку інституту підприємництва та приватного господарювання, що особливо актуально з позиції становлення ринкової системи господарювання в країні.

На межі з психологією праці та організаційною психологією найважливішими проблемами є дослідження мотивації трудової діяльності та поведінки людини в організації, задоволення працею і соціально-психологічні фактори підвищення її продуктивності та ефективності роботи організацій загалом [1; 2].

Неекономічні мотиви (як елемент нематеріальної мотивації) особливо стають помітними, коли зростає рівень доходів громадяни, коли вони користуються кредитом, інвестують у будівництво житла, купівлю автомобіля та інших речей, про це свідчать дослідження Дж. Катона, результати яких доводять, що рішення «людей бізнесу» не завжди спричинені меркантильними мотивами, та чим більш успішний бізнесмен, тим більше він переслідує нематеріальні прибутки. При розгляді аспектів мотивування доцільно також відзначити ефект насиченості, результати якого свідчать, що мотивація економічної діяльності має нелінійний характер і приводить до висновку, що на стадії новизни економічної діяльності мотивація прискорено зростає зі зростанням стимулу, а на етапі комфорту уповільнює його, через ефект насичення, який пов'язаний з фактором психологічної інерції, яка полягає в тому, що психологічні витрати продовжуються в діяльності після того, як підвищився ефект від них, відтак вони стають непотрібними. Більше того, було встановлено, що в певній точці рівноваги додаткове приростання витрат, зокрема й психологічних, призводить лише до погіршення результату (наприклад, у підборі персоналу) [1–3]. Актуальним