

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ СОЦІАЛЬНИХ АСПЕКТІВ МОТИВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасні тенденції зміни характеру та змісту праці, інформатизація виробництва, інтелектуалізація всіх сфер суспільно-виробничих відносин зумовлюють необхідність розроблення нових підходів до формування мотиваційної політики, яка б забезпечувала високу конкурентоспроможність підприємства і його персоналу.

Мотивація є об'єктивно неминучою складовою будь-якого розвитку і рушієм прогресу, джерелом будь-яких дій та поведінки людини. Це внутрішня спонука, яка за певних умов трансформується в ефективну діяльність. Однак, ця внутрішня спонука формується і реалізовується у конкретному мотиваційному полі, трансформуючись у дію через конкретні мотиватори. Це поле змінне при постійному існуванні як просторової категорії. Зміни мотиваційного поля відбуваються під впливом змін внутрішнього стану людини та зовнішнього середовища. Сьогодні таким викликом є формування економіки знань, що стимулює соціалізацію праці та інші процеси соціально-гуманістичного спрямування. Тому головні орієнтири необхідно направляти на соціальний фактор в системі мотивації, який стимулюватиме задоволення персоналу від процесу праці і сприятиме розвитку соціально орієнтованого менеджменту. У рамках соціально-орієнтованого менеджменту персонал розглядається в контексті людського, інтелектуального та соціального капіталів, є для кожного підприємства цінністю високого порядку, тому і визначає його конкурентоспроможність. Включення соціальних аспектів у мотиваційну політику значно розширює мотиваційне поле підприємства, сприяючи реалізації принципу гнучкості мотивації. Ще одним аргументом на користь використання соціальних аспектів у мотивуванні персоналу є те, що передумовою становлення постіндустріальної економіки є технологічний прогрес, який надає матеріальному виробництву якісно нові можливості щодо забезпечення високого життєвого рівня. Останнє, з однієї сторони, стимулює потребу до зростання кваліфікації працівників та їх освіти, а з другої – формує нову мотиваційну систему. Постіндустріальне суспільство, економіка знань, яку ми створюємо, демонструє нову модель соціально-технологічної організації, новий спосіб життя і, відповідно, нові мотиватори участі кожної людини у формуванні такого суспільства.

З огляду на зазначене, відмітимо, що об'єктивна необхідність розгляду соціальних аспектів у контексті мотиваційної політики підприємства, обумовлена, насамперед, такими факторами: становленням економіки знань, яка зумовлює трансформацію характеру і змісту праці; появою соціального менеджменту на підприємстві як наслідок еволюції систем менеджменту, основним завданням якого є реалізація потреб розвитку персоналу. Прикладний характер проявляється в тому, що названі фактори, відображаючи особливості діяльності персоналу в умовах становлення економіки знань, дають змогу вибирати ті форми і системи мотивації, які адекватно відображають вимоги часу і конкурентного середовища. У мотиваційній політиці необхідно зрівноважувати бажання і реальну працю персоналу, максимально збалансовувати внутрішні мотиви і зовнішні стимули підприємства; формувати соціально-орієнтоване бізнес-середовище, здатне забезпечити ефективність механізму стимулювання, а також поширенням культурологічних тенденцій у всі сфери життєдіяльності людини. Ці фактори є принциповими під час обґрунтування соціально-економічних засад вибору сучасного механізму мотивації, розширення мотиваційного поля та формування ефективної соціальної політики, здатної підкреслити не тільки економічну, але й соціальну роль людини. Тим більше, що сьогоднішня економічна нестабільність у суспільстві викликана бізнес-неграмотністю та кризою довіри в професійному середовищі.

Соціалізація наповнює працю новим сенсом, змінює ціннісні орієнтири поведінки людини, оскільки соціалізацію пов'язують із засвоєнням людиною самостійно чи за посередництвом цілеспрямованого впливу системи цінностей, соціальних норм поведінки, необхідних для становлення особистості, набуття соціального становища в суспільстві. Соціальні аспекти охоплюють всі процеси долучення до організаційної культури, комунікацій, які дають змогу людині брати участь у суспільному житті, а також становлення особистості за допомогою спілкування і засвоєння норм, цінностей, властивих певному колективу. Об'єктивність соціалізації як чинника впливу на мотивацію персоналу обумовлює необхідність узгодження мотиваційної політики підприємства із його соціальною політикою. Навіть за умови відсутності соціальної політики підприємства в сучасних реаліях змушені приступити до її формування. Цьому сприяє прийняття організаційної культури інноваційного типу, яка характеризується високим рівнем довіри, коли незнайомі люди готові ділитися ідеями, а більшість конкурентів співпрацюють між собою на основі партнерських стосунків.

Соціальна політика спрямована на забезпечення розвитку і збагачення соціального буття людини та закріплення прогресивних тенденцій у формуванні загальнолюдських цінностей. Важливим напрямом соціальної політики є підвищення рівня стимулювання й мотивації діяльності персоналу підприємства, що однозначно позитивно впливатиме на активізацію усіх господарських процесів, в тому числі, й управлінську діяльність персоналу підприємства. Соціальна політика підприємства, як наслідок соціальних процесів на макро- і мікро-рівнях, має свої цілі, задачі й мотиваційний інструментарій, які повинні вписуватися в загальний контекст стратегії розвитку підприємства.

Основними завданнями соціальної політики підприємства є соціальний захист персоналу завдяки системі пільг та гарантій, які надаються підприємством; відтворення робочої сили (як обов'язковий елемент політики); гармонізація відносин на підприємстві через узгодження і стабілізацію інтересів соціальних суб'єктів. Завдяки соціальній політиці формується нова якість соціального життя суспільства та кожної людини. Цьому однозначно сприяє культура ризику, коли працівники не бояться помилитися в своїх рішеннях, інвестори довіряють керівному складу підприємства, і одночасно відчувається паритет рівності керівників і підлеглих, коли враховується думка кожного. Це можливе завдяки формуванню мотиваційної політики, орієнтованої на результат, коли визначальною складовою є частка прибутку, а не фіксована заробітна плата.

Мотиваційний інструментарій соціальної політики охоплює широке коло аспектів, зокрема: вибір пріоритетів в напрямку самої соціальної політики як форми заохочення та закріплення працівників на тих чи інших ділянках праці; вибір форм надання пільг, послуг, виплат та їх видів; оцінка величини можливих виплат, виходячи із поставлених задач та фінансових можливостей підприємства; диференціація розмірів виплат за категоріями персоналу в залежності від задач, які вирішуються за їх допомогою, права вибору при наданні пільг та послуг.

У контексті побудови соціально орієнтованого бізнесу та менеджменту значно розширюється мотиваційне поле управлінського персоналу, оскільки ця категорія причетна до прийняття управлінських рішень, які можуть мати соціальний характер та соціальні наслідки. З огляду на це, важливим мотиватором соціального характеру повинна стати довіра в різних її проявах: міжособистісна довіра, інституційна, яка здатна знизити рівень соціальної напруженості в колективі. Оцінювання рівня довіри в межах певної організації можна здійснювати на основі індексу довіри, який слугуватиме індикатором для коректування мотиваційної політики.

Отже, включення соціальних аспектів у мотиваційний механізм значно підвищить якість використання персоналу підприємства, що в свою чергу, стане його вагомою конкурентною перевагою.