

Сахно А. А.,

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів Вінницького фінансово-економічного університету

ПРИНЦИПИ МОТИВАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У статті обґрунтовано принципи мотивації економічної діяльності підприємств. Мотивація підприємства включає мотивацію персоналу та підприємництва виходячи з принципів ринкового значення підприємства, коли зростає конкурентоспроможність та використовуються можливості державного сприяння. Вважається, що держава заохочує розвиток підприємств, а тому мотивація повинна підсилюватися потребою подолання перешкод як ринкової конкуренції, так і державного впливу. Таким чином, виділяються два принципи мотивації: мотивація підприємства як підприємницької структури та мотивація через державне регулювання (сприяння).

Ключові слова: мотивація, підприємництво, державне регулювання, конкуренція.

В статье обоснованы принципы мотивации экономической деятельности предприятий. Мотивация предприятия включает мотивацию персонала и предпринимательства исходя из принципов рыночного значения предприятия, когда растет конкурентоспособность и используются возможности государственного содействия. Считается, что государство поощряет развитие предприятий, поэтому мотивация должна усиливаться благодаря потребности преодоления препятствий как рыночной конкуренции, так и государственного влияния. Таким образом, выделяются два принципа мотивации: мотивация предприятия как предпринимательской структуры и мотивация путем государственного регулирования (содействия).

Ключевые слова: мотивация, предпринимательство, государственное регулирование, конкуренция.

In the article the principles motivating economic activity. Motivation Company including staff motivation and entrepreneurship based on the principles of the market value of the enterprise as increasing competitiveness and promoting public use opportunities. It is believed that the state encourages the development of enterprises, and therefore motivated by the desire to strengthen overcome obstacles such as market competition and public protection. Thus, there are two principles of motivation: the motivation of the enterprise as a business structure and motivation by government regulation (promotion).

Keywords: motivation, entrepreneurship, government regulation, competition.

Постановка проблеми. Мотивація є головним чинником, що стимулює економічні суб'єкти до ринкових відносин. Пропонується розглядати мотивацію як комплексний чинник з погляду перспектив всебічного розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання мотивації у різних аспектах були розглянуті впродовж останніх років багатьма вітчизняними дослідниками, серед яких можна виділити Л. О. Вдовенко, О. А. Гніденко, М. В. Гунченко, М. В. Каразей, О. О. Клокар, І. Ф. Кошелупов, М. О. Степура, І. І. Стец, В. В. Ушкальов, Л. П. Червінська та ін. Водночас питання мотивації потрібно розглядати не тільки в контексті окремого аспекту розвитку, а всього комплексу діяльності підприємства.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є виявлення та обґрунтування принципів мотивації економічної діяльності підприємств. Завдання дослідження – визначити чинники створення мотивації підприємства та проаналізувати мотивацію підприємств у системі конкурентних взаємин та державної політики.

Виклад основного матеріалу. Питання мотивації економічної діяльності є завжди актуальними у виробничому менеджменті, оскільки під мотивацією розуміють потребу в ефективній діяльності. Тому мотивацію прийнято розглядати у трьох аспектах: мотивація людини (працівника), мотивація підприємництва та мотивація підприємства.

Для багатьох дослідників найбільш актуальними є проблеми мотивації людини та підприємництва. Мотивація підприємства розкривається виходячи з особливостей мотивування людини та підприємництва.

Мотивацію людини в основному розглядають виходячи з погляду різних категорій персоналу підприємства [67], [68], [62], або як працю в різних галузях чи виробництвах, особливо якщо це стосується агропромислового комплексу [50], [51]. Іноді підкреслюється проблема кризи чи реструктуризації [64], [56], [2].

Мотивація підприємництва розглядається як засіб вирішення економічних проблем шляхом стимулювання ініціативи підприємців, що здатні за власний рахунок підняти галузь або здолати кризу [60], [61].

Мотивація підприємства розглядається як розвиток найбільш перспективних видів діяльності (рис. 1).

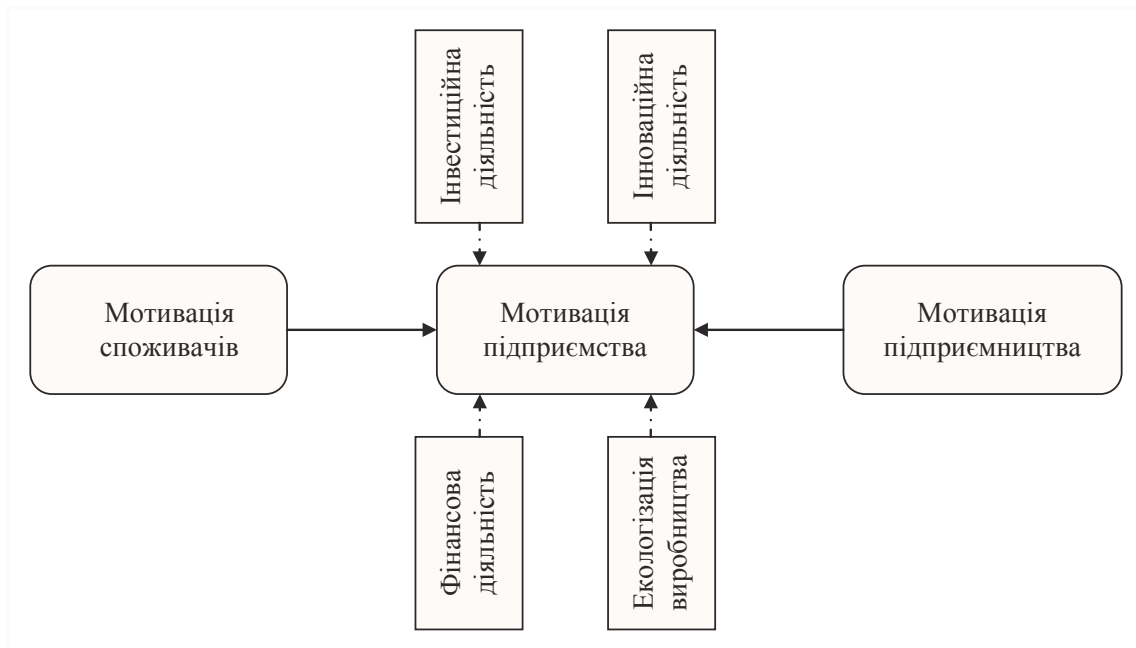


Рис. 1. Чинники створення мотивації підприємства

Інвестиційну, інноваційну, фінансову діяльність, а також екологізацію виробництва потрібно сприймати як чинники, що сприяють мотивуванню підприємства, однак мотивація діяльності підприємства залежить від ринкових відносин, що диктують потребу у видах діяльності. Інакше кажучи, мотивувати економічну діяльність підприємства можна виключно через ринковий механізм.

Для підприємства перемога на ринку є найбільшою метою, а тому результат, що характеризує таку перемогу, являє собою усунення конкурентів, іноді навіть досягнення монопольного становища. Держава, виконуючи свої функції, здійснює антимонопольну політику, відповідно і мотивація підприємства в умовах ринку обмежується стратегічною метою – завоювати якомога більшу частку ринку. Таким чином, мотивація підприємств представляє собою намагання «перестрибнути» встановлені «бар'єри» як урядом, так і умовами ринкової конкуренції (рис. 2).

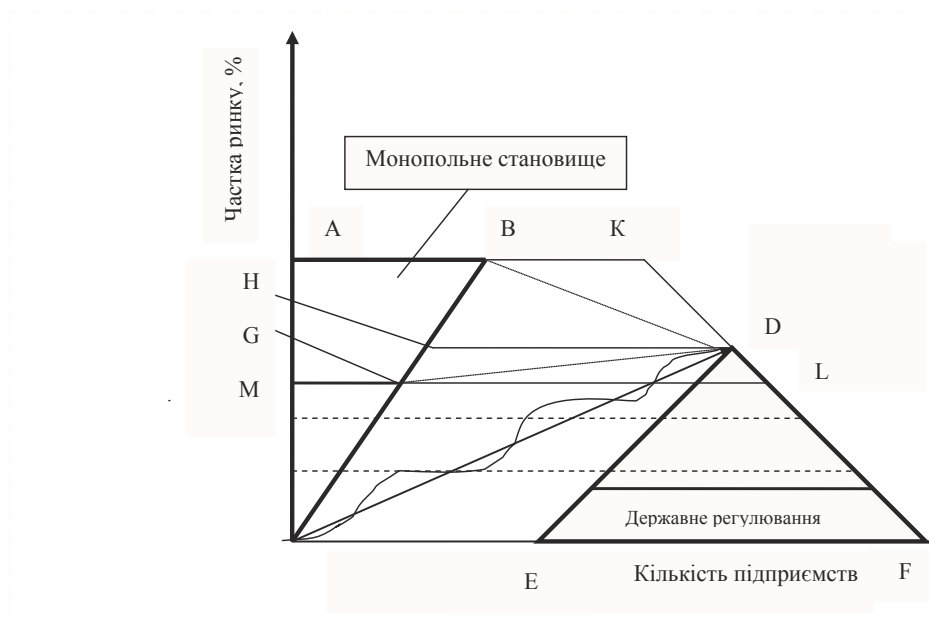


Рис. 2. Мотивація підприємств у системі конкурентних відносин та державної політики

ABC – мотивація підприємств в умовах конкурентної боротьби. Від точки C до точки B зростає кількість підприємств, що ставлять перед собою завдання збільшувати частку на ринку (MCG), а досягнувши

точки G, підприємство отримує ознаки монополії. MG – лінія, що показує початок набуття підприємствами монопольного становища. Треба виходити з того, що більшість підприємств завжди буде мотивовано до максимізації власної частки на ринку, а тому монопольне становище (ABMG) є орієнтиром, оскільки поява монополій веде до «сповзання» відрізу MG у напрямку до точки С.

DEF – державна політика в умовах ринку. Чим більше підприємств мають невелику частку ринку, тим краще для держави. Вплив держави – це використання державного регулювання, в межах якого можливе існування, наприклад, природних монополій. CD – величина компромісу між ринковою мотивацією підприємств та державними пріоритетами.

BDG – обсяг заходів з антимонопольного регулювання, причому (BKGL) являє собою загальні межі державного регулювання, а (BKD) та (GDL) показують рівень державного регулювання у вигляді «бар'єрів» для вмотивованих підприємств.

BDH – рівень обов'язкового обмеження мотивації підприємств, як запобігання виникнення монополізму.

HMD – можливий прорахунок державної політики, оскільки лінію MG слід планувати на рівні лінії DH.

Для держави мотивувати підприємства не є головною метою, оскільки в умовах ринкової економіки уряд повинен забезпечувати рівність серед господарюючих суб'єктів, однак мотивація людей та підприємництва створює умови розвитку суспільства.

Здійснюючи політику економічного розвитку, держава мотивує підприємства навіть не реалізуючи «спеціальних програм», а керуючись логікою економічних законів. Тому принципи мотивації економічної діяльності підприємств являють собою поєднану систему підприємницької структури та державного регулювання.

Принцип мотивації економічної діяльності підприємства як підприємницької структури полягає в економічному розвитку, що дозволить здобути максимально можливу частку ринку. Орієнтиром подальших досягнень є усунення конкурентів та набуття ознак монополії.

Тому принцип мотивації економічної діяльності підприємства через державне регулювання є запобіжником, що керує потребами в інтересах суспільства, а також стимулює економічний розвиток за допомогою:

- зниження рівня оподаткування;
- послаблення адміністративного втручання;
- спрощення законодавчих чинників;
- сприяння інноваційному та інвестиційному розвитку;
- доступності кредитних ресурсів;
- проведення державних закупівель;
- захисту від імпортерів;
- здешевлення вартості ресурсів.

Вказані чинники державного сприяння економічному розвитку підприємств мотивують як підприємницьку діяльність, так і розвиток персоналу. Зниження, наприклад, податкового навантаження завжди є чинником, що мотивує підприємця до збільшення обсягу виробництва та підвищення заробітних плат.

Висновок. Мотивація економічної діяльності підприємств здійснюється в межах мотивації персоналу та підприємництва. Підприємство як підприємницька структура використовує всі економічні чинники для перемоги над конкурентами та максимізації власної частки на ринку. Конкурентна боротьба є жорсткою, а тому підприємство задля перемоги застосовує всі можливі інструменти, що доступні для досягнення мети. Державна політика суттєво впливає на мотивацію підприємств, оскільки володіє важелями регулювання та економічного впливу на суб'єкти економічної діяльності.

Література:

1. Вдовенко Л. О. Мотивація підприємницької діяльності в аграрній сфері економіки: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Л. О. Вдовенко. – К., 2002. – 20 с.
2. Гніденко О. А. Мотивація ефективної праці в сільськогосподарських підприємствах: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.09.01 «Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика» / О. А. Гніденко. – К., 2000. – 19 с.
3. Гунченко М. В. Мотивація праці в умовах трансформації економіки України: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.01.01 «Економічна теорія» / М. В. Гунченко. – Дніпропетровськ, 2006. – 19 с.
4. Каразей М. В. Мотивація персоналу в умовах кризи / М. В. Каразей // Вісн. Технол. ун-ту Поділля, серія «Економічні науки». – 2000. – № 4. – Ч. 1. – С. 94–95.

5. Клокар О. О. Мотивація трудової діяльності працівників реструктуризованих сільськогосподарських підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (економіка сільського господарства і АПК)» / О. О. Клокар. – Біла Церква, 2007. – 20 с.
6. Кошелупов І. Ф. Мотивація управлінського персоналу як складова стратегії підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / І. Ф. Кошелупов. – Одеса, 2006. – 20 с.
7. Степура М. О. Мотивація підприємницької діяльності в аграрному секторі депресивного регіону : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / М. О. Степура. – Житомир, 2008. – 20 с.
8. Стец І. І. Мотивація інженерно-технічного персоналу промислового підприємства в умовах ринкових відносин : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / І. І. Стец. – Тернопіль, 2006. – 20 с.
9. Ушкальов В. В. Мотивація розробників нової техніки на підприємствах машинобудівної галузі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / В. В. Ушкальов. – Маріуполь, 2009. – 20 с.
10. Червінська Л. П. Мотивація персоналу в аграрному менеджменті (теорія, методологія) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра. екон. наук : спец. 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг» / Л. П. Червінська. – Київ, 1999. – 35 с.