

СВІТОВИЙ ДОСВІД МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ТА МОЖЛИВІСТЬ ЙОГО ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ

Потужним джерелом розвитку підприємництва є персонал, який є рушійною силою та формує майбутній потенціал розвитку підприємств. Сучасні успішні компанії велику увагу приділяють розвитку корпоративної культури та мотивації персоналу, адже кожен роботодавець хотів би мати склад працівників, де кожен високоефективний, ініціативний та лояльний професіонал. Тому необхідно створювати індивідуальні інструменти з мотивації у вигляді положень, стандартів, регламентів, часто підмінюючи поняття мотивації й стимулювання або об'єднуючи їх в єдине ціле [1]. Особливість культури Google - орієнтація на підвищення ефективності роботи співробітників. В Google заохочується нестандартний підхід до щоденних завдань. Співробітники можуть вільно проявляти свою креативність, пропонуючи свіжі рішення для старих проблем або впроваджувати інновації в продукти. Google стимулює працівників співпрацювати між собою і пробувати інші способи виконання завдань, в компанії рекомендують використовувати для цього всі доступні ресурси. Таким чином, кожен співробітник вносить свій

внесок в інновації. Організація робочого простору в Google стала прикладом для багатьох світових компаній, який показує, чому важливо робити робочі місця співробітників комфортними. Робоче місце не обмежене сірими стінами і поганим освітленням. Замість цього у співробітників яскраві офіси, вони можуть працювати як в зоні для відпочинку, так і в кафе. У будівлі компанії є такі безкоштовні послуги: сніданок обід та вечеря, медичні послуги, перукарня, пральня, масаж, тренажерні зали і басейни, відеоігри, настільні види спорту [4].

Розглянувши досвід мотиваційної політики в успішних закордонних компаніях, нами була розроблена порівняльна таблиця щодо застосування мотиваційних інструментів у вітчизняній та зарубіжній практиках управління мотивацією персоналом. Порівняли найкращі компанії світу, що зацікавлені в своїх працівниках і намагаються утримати на робочому місці висококваліфіковані кадри з вітчизняними компаніями в яких відсутній ефективний менеджмент, виділити пункти по стимулюванню працівників, що суттєво відрізняються. Дані відмінності наведені в табл.1

Таблиця 1

Порівняльна характеристика мотиваційних інструментів, що використовують на вітчизняних та зарубіжних підприємствах

Зарубіжні компанії	Українські компанії
Офіційне працевлаштування	Не офіційне працевлаштування
Медичне страхування	Відсутність медичного страхування
Безкоштовні послуги (обіди, тренажерні зали, транспорт)	Відсутність безкоштовних послуг
Наявність зони відпочинку	Відсутність зони відпочинку
Відкритість і взаємодія між ланками ієрархічної структури	Жорстка ієрархічна структура
Комфорт робочого простору	Стандартний робочий простір
Орієнтація на здібності співробітників	Орієнтація на попередній досвід і вік
Система грейдів	Система премій і штрафів
Тренінги, корпоративні свята	Корпоративні свята
Гнучкий графік	Суворий робочий графік
Розробка плану розвитку кар'єри працівника	Самостійний розвиток

З даної таблиці видно, що вітчизняним компаніям потрібно якнайшвидше змінювати і покращувати корпоративну культуру, якщо вона взагалі існує.

Якщо мотивувати працівника однією лише заробітною платою, то рано чи пізно щомісячне надходження коштів перестане для працівника бути стимулом, в той час, коли поява не матеріальних

мотиваційних інструментів може стати джерелом для розкриття працівника, як особистості і появи нових робочих ідей та інновацій. У посткризовий час, коли у компаній все ще немає або недостатньо можливостей мотивувати персонал матеріально, питання про заохочення співробітників стоїть досить гостро. Адже на тлі зростаючої інфляції далеко не завжди стандартне підвищення зарплати, квартальні бонуси або премії будуть оцінені достойно, а не сприйняті як належне. Безперечно, кожна людина має потребу в знаменній, корисній, цікавій роботі, пристойних умовах, проте вона хоче досягти перспективного росту, самоутверджуватись, відчувати самоповагу. У наведеному переліку немає штрафів, але це не заважає роботодавцям їх використовувати [2].

Компанії не афішують наявність системи штрафних санкцій, щоб не зменшити таким чином потік претендентів і не зіпсувати бренд роботодавця. Часто під час працевлаштування або взагалі не попереджають про штрафи, або інформують про них частково, а про повний перелік порушень, за які передбачено штраф, працівник дізнається вже працюючи в компанії. У деяких випадках система штрафів персоналу чітко не сформована і носить суб'єктивний безсистемний характер, який залежить від настрою керівника або його стосунків з працівником. [3].

Українські компанії не в змозі утримати кадри. Незважаючи на зростаючі з року в рік зарплати, співробітники готові змінити роботу при першій же можливості - достатньо лише поманити трохи більшим окладом. За даними компанії Rabota.ua, в 2018 році плинність кадрів в Україні досягла 20%. І це при тому, що роком раніше цей показник становив лише 16%, а в середньому по Європі він знаходиться на позначці 13%.

Маючи всі переваги та недоліки вітчизняних підприємств, доцільно розробити алгоритм покращення мотиваційної системи працівників.

1. Усунути застарілі методи мотивації (прибрати систему штрафів).

2. Ввести сучасну систему оплати праці на базі системного підходу.

Системний підхід передбачає погляд на мотивацію, як на відкриту соціотехнічну систему, він заснований на всебічному врахуванні психологічних принципів мотиваційного процесу індивідуальної та групової діяльності, а також діючих методах мотивації залучення, утримання й ефективної праці [3].

3. Провести соціометричні та соціологічні опитування, наприклад, опитування щодо бажаних змін в робочій атмосфері на підприємстві. Керуючись даними опитувань та можливостями підприємства впровадити відповідні методи мотивації персоналу:

- соціальну мотивацію (медична страховка, різноманітні тренінги та курси підвищення кваліфікації, а також постійне акцентування уваги на

можливості кар'єрного росту та залучення співробітника до прийняття стратегічно важливих рішень).

- психологічну мотивацію (налагодження сприятливого клімату в колективі, найчастіше шляхом корпоративних заходів).

- моральну мотивацію (різноманітні приємні бонуси, як, наприклад, сертифікати на товари, квитки на концерт і так далі.)

- організаційну мотивацію (створення максимально комфортних умов роботи: нової офісної техніки, вибір закупівлю хорошого) [1].

4. Надати можливість працівникам вільно обговорювати робочі питання, не спираючись на сувору ієрархічну систему.

Отже, результати дослідження показали, що в даний час вітчизняні підприємства мають використовувати досвід зарубіжних підприємств у формуванні мотиваційних інструментів. Необхідно розробляти індивідуальну систему мотивації на підприємстві, яка б оцінювала вплив та значущість працівників на діяльність підприємства та створювала найкращі умови для роботи персоналу [3]. Сучасні мотиваційні механізми повинні враховувати не лише матеріальні аспекти стимулювання трудової діяльності, а й соціальні, психологічні, моральні, організаційні. Оскільки працівники матимуть власний інтерес впливу на результативність оплати праці, це сприятиме зростанню продуктивності праці, активізації діяльності всього підприємства, зниженню плинності кадрів і зростанню його прибутковості.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Тужилкіна О. В. Системний підхід до формування системи забезпечення ефективної мотивації праці // Електронний збірник науково-практичної конференції «Сучасність. Наука. Час» : (15-17 листопада 2014р.) / О. В. Тужилкіна. – ТК «Меганом».

2. Біліченко О.С. Класичні і сучасні моделі мотивації трудової діяльності / О.С. Біліченко // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2012. – № 4. – С. 119-125.

3. Криворотько І. О. Дослідження зарубіжного досвіду мотивації персоналу для використання в українських умовах / І. О. Криворотько // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2013. – № 2 (71). – С. 151–154.

4. Ольшанська О. В. Вплив діяльності фермерських господарств на розвиток агросоціальних систем//Проблеми економіки. 2013. № 3. С. 97–101.

5. Ольшанська О.В., Мельник А.О. Регіональні туристичні кластери як важливий чинник економічного зростання / О. В. Ольшанська, А. О. Мельник // Формування ринкових відносин в Україні. – 2017. – № 12. – С. 212-216.

6. Офіційний сайт корпорації Google https://about.google/intl/ALL_ru/