

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Департамент освіти і науки
Хмельницької обласної державної адміністрації
Відокремлений структурний підрозділ
«Хмельницький торговельно-економічний фаховий коледж
Державного торговельно-економічного університету»

*СУЧАСНИЙ МОТИВАЦІЙНИЙ
МЕНЕДЖМЕНТ:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ*



**МАТЕРІАЛИ ІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**

1 березня 2024 року

УДК 331.101.3:005.32

С 91

Рекомендовано до друку Педагогічною радою ВСП «Хмельницький торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ», протокол №8 від 22.02.2024

Загальна редакція:

МИТРОФАНОВА Надія – викладач циклової комісії торгівлі, маркетингу та менеджменту ВСП «Хмельницький торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ».

С 91 Сучасний мотиваційний менеджмент: проблеми та перспективи: матеріали II Всеукр. наук.-практ. Інтернет конф. (м. Хмельницький, 1 березня 2024 р.) / заг. ред. МИТРОФАНОВА Н., Хмельницький: ВСП «ХТЕФК ДТЕУ», 2024. 103 с.

Подані матеріали II Всеукраїнської науково-практичної Інтернет конференції «Сучасний мотиваційний менеджмент: проблеми та перспективи», на якій працювали секції: теоретичні та методологічні аспекти менеджменту на ринку в період воєнного стану; особливості сучасного менеджменту та управління в епоху цифрової трансформації суспільства; актуальні проблеми та тенденції розвитку управління ресторанного та готельного бізнесу; сучасні цифрові технології в менеджменті; економічний механізм управління як фактор забезпечення конкурентоспроможності аграрного підприємства; актуальні проблеми економіки, обліку, фінансів та права; інноваційні стратегії менеджменту; зовнішні виклики менеджменту; управління людськими ресурсами; історія України і менеджмент: проблеми і перспективи.

Збережена редакція авторів. Відповідальність за грамотність, автентичність цитат, правильність посилань несуть автори матеріалів.

© Автори статей, 2024

корпоративної культури публічного управління в умовах. Державне будівництво. 2019. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2019_2_4 (дата звернення: 11.01.2024).

3. Щербак Н. Сучасні тенденції та виклики щодо формування корпоративної культури в умовах реформування державного управління. Демократичне врядування. 2014. Вип. 13. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2022/feb/26789/shcherbak.pdf> (дата звернення: 11.01.2024).

МАЦУКА Вікторія, кандидат економічних наук,
доцент
Маріупольський державний університет
м. Київ, Україна

СУЧАСНІ ТРЕНДИ МОТИВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Розглянемо основні методи, які стали популярними в останні роки, добре сформульовані і широко використовуються. Тому що раніше було інакше, а зараз є нове бачення – причин багато, головна – це особливість мотивації сучасного покоління.

Тренд 1. Важливість нематеріальних інструментів над матеріальними значно зростає.

Характерною рисою сучасних факторів мотивації працівників є те, що матеріальні вигоди є важливими, але в більшості випадків вони ігнорують нематеріальні фактори. З точки зору структури витрат на персонал компанії, частка витрат на нематеріальне заохочення постійно зростає.

Річні або піврічні бонуси та бонусні плани стають дедалі менш ефективними. Це занадто багато грошей для зростаючої кількості працівників. Це не означає, що варто відразу відмовитися від цих варіантів, але хоча б варто розглянути можливість скорочення часу між результатами, які показує співробітник, і його винагородою.

Тренд 2. Характерними уявленнями та очікуваннями сучасних поколінь є те, що вони не люблять чекати; вони, як правило, прагнуть досягти короткострокових цілей і можуть швидко побачити результати своєї роботи.

Високодинамічне зовнішнє/внутрішнє середовище, враховуючи умови, в яких здійснюється діяльність компанії (все більш суворі), підвищує вимоги до працівників (щодо навичок, продуктивності) і, отже, збільшує труднощі для них у отриманні певних переваг.

Скорочення середньої тривалості робочого часу працівників Якщо середня тривалість робочого часу працівників компанії скорочується, а це не завжди є обов'язком керівництва компанії, стратегії мотивації, особливо грошова частина, повинні враховувати ці рахунки реального світу.

Зростаюча фінансова грамотність у поєднанні з певною увагою до економічних і політичних реалій створила усвідомлення того, що у відносному вираженні гроші сьогодні можуть бути набагато дорожчими, ніж завтра.

Тренд 3. Диференціація – гнучкість системи стимулів. З одного боку, ніхто

не забирає глобальну та цілісну політику стимулювання, ідеї чи стратегії. Це не повинно суперечити загальній політиці компанії, але має підтримувати її впровадження. З іншого боку, не варто дивуватися локальним положенням про відомче заохочення, схемам розрахунку та логіці зміни місцевих зарплат: кожна організаційна одиниця та відділ має свою функціональну стратегію. Враховуючи індивідуальні потреби та мотиваційні чинники працівників, персоніфікація зачіпає й питання мотивації. Вивчення окремих факторів, їх інтерпретація та порівняння один з одним надалі дозволяє менеджерам зрозуміти мотиваційні принципи членів своєї команди: це перші кроки в побудові мотивації на роботі.

Тренд 4. Гейміфікація систем заохочення. Формати ігор, які встановлюють цілі, відстежують досягнення, візуалізують і винагороджують, безумовно, працюватимуть, якщо їх правильно впровадити. Ринок постачальників розробників програмних платформ зростає, і це не дарма. Крім того, компанії, які ще не можуть дозволити собі професійні IT-рішення, впроваджують елементи гейміфікації у свої системи заохочення. Нагороди балами, корпоративна валюта, яку можна справді монетизувати, обміняти на похід у кіно, подарувати – це те, що можна зробити без значних витрат, і все більше компаній роблять це.

Бали нараховуються за те, щоб не запізнювалися, брали відпустку, телефонували хворим, вчасно виконували домашнє завдання, писали статті, проявляли ініціативу, репетиторство, виступи на зборах тощо. протягом певного періоду часу.

Ймовірно, є принаймні три причини, чому нинішня система стимулювання потребує аналізу.

Зміна стратегії компанії. Звичайно, все залежить від того, наскільки радикальними будуть зміни. Невеликі зміни навряд чи матимуть серйозний вплив на загальну зміну системи, але зазвичай це залежить.

Явні ознаки дисфункції мотиваційної системи або окремих її елементів. Ці проблеми включають низьку продуктивність співробітників, хронічну нездатність досягти KPI компанії, підвищену плинність кадрів, труднощі із заповненням відкритих посад, підвищений опір змінам, небажання брати на себе відповідальність, низькі показники утримання співробітників (eNPS) і залучення (Engagement Rate) [4].

Розглянемо управління системами стимулювання як нове завдання і функцію.

У процесі аналізу системи стимулювання виникає багато проблем, які вимагають певного алгоритму, щоб нічого не упустити і діяти логічно та послідовно.

Питання про те, кому і скільки платити, актуальне для всіх підприємств, і існує кілька способів вирішити. Концептуально відповідь набагато простіша. Як і у випадку з багатьма іншими функціональними стратегіями, загалом існує три стратегії стимулювання

Нематеріальна мотивація. Нематеріальним інструментам зараз приділяється багато уваги, і це не дарма. Підхід до політики нематеріальних стимулів, ймовірно, буде повторено серед трьох варіантів: стратегія відставання, стратегія лідера або стратегія узгодження з конкурентами. Синхронізація матеріальних і нематеріальних стратегій, безумовно, є великою перевагою і значно полегшує управління [1].

Розробляючи свою стратегію нематеріальної мотивації та перетворюючи її на конкретні інструменти, слід пам'ятати про кілька речей:

- Єдиний вектор із загальним поняттям мотивації;
- Враховуйте вікову структуру ваших співробітників;
- Розуміти характеристики та орієнтири цільової експертної аудиторії;
- Параметри інструменту аналізу конкурентів;
- Враховуйте індивідуальні потреби співробітників;
- Оцінка адміністративного ресурсу;
- Прогноз діяльності підприємства;
- Прогноз впливу альтернативних інструментів;
- Аналіз витрат і загальної ефективності впровадження [2].

Бувають випадки, коли прогнози, які окреслюють результати діяльності компанії, є надзвичайно важливими, інакше ми б не отримали бюджет чи інше схвалення від керівництва.

Управління стимулами компанії має бути вимірним. При цьому краще використовувати повний набір показників, а не зосереджуватися лише на 1-2 показниках [3].

Питання, що стосуються корпоративних стимулів, є соціально чутливими. Майже кожна зміна супроводжується недовірою і марними спекуляціями. Навіть якщо все зроблено ідеально за всіма принципами і методиками, без підтримки безграмотного спілкування все може закінчитися нічим. Публічність, відкриті дискусії, участь лідерів, пілотні запуски, своєчасна інформація та роз'яснення – найнадійніші помічники.

Список використаних джерел

1. Мацука Вікторія. Культура Well-being: управління благополуччям співробітників. Психологічні умови благополуччя персоналу організацій: збірник тез IV Міжнародної науково-практичної конференції, 19–21 жовтня 2023. Львів. Видавництво Львівської політехніки. 2023. С.135-136. URL: <https://lpnu.ua/sites/default/files/2022/pages/21484/zbirnik-tez-iv-mizhnarodnoi-naukovo-praktichnoi-konferencii-psihologichni-umovi-blagopoluchchya.pdf> (дата звернення: 23.02.2024).

2. Минка Ю. В. Мотиваційний менеджмент та стимулювання праці на підприємстві. Соціально-гуманітарний вісник. 2020. Вип. 36. С. 113-115. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sochumj_2020_36_46. (дата звернення: 23.02.2024).

3. Носань Н., Коршуков Р. Управління мотивацією персоналу на підприємстві. Економіка та суспільство. 2021. (26). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-56>(дата звернення: 23.02.2024).

4. Що таке мотиваційний менеджмент: формула, стилі та способи підвищення ефективності. URL: <http://universalltd.kh.ua/czto-takoe-motivacionnyi-menedzhment-formula-stili-i-sposoby-povysheniya/> (дата звернення: 23.02.2024).

МРУГ Вероніка , студентка 2 курсу, групи ЛМ-2
Відокремлений структурний підрозділ
«Хмельницький торговельно-економічний
фаховий коледж Державного