

Примостка О.О.
*д.е.н, професор, професор кафедри
міжнародного менеджменту,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана, м.Київ*

МЕТОДИ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ У ГЛОБАЛЬНОМУ СВІТІ

Ідеальний співробітник працює багато і добре, додаткових грошей не просить, і тому особливої актуальності набуває питання пошуку способів нематеріальної мотивації персоналу.

Мотивація - це процес спонукання людей до праці, який передбачає використання мотивів поведінки людини для досягнення особистих цілей або цілей організації [1, с.360]. Поведінка людини визначається мотивами. Мотив - це внутрішня спонукальна сила, яка примушує людину до здійснення певних дій або вести себе певним чином.

Мотиви проявляються у вигляді реакції людини на фактори його внутрішнього стану або впливу зовнішнього середовища, зовнішніх обставин, ситуацій, умов. Мотиви справляють вплив на поведінку людини, направляють її діяльність в необхідну для організації сторону, регулюють інтенсивність праці, трудовитрати, спонукають проявляти сумлінність, наполегливість, старанність в досягненні цілей.

Щоб нематеріальна мотивація персоналу працювала, важливо забезпечити: індивідуальний підхід, охоплення всіх структурних рівнів організації та покрокове впровадження

До інструментів нематеріальної мотивації персоналу відносять:

1. Наявність HR-бренду та опису корпоративних цінностей, дотримання трудового законодавства та підбір ефективних керівників.

2. Культура корпоративних комунікацій, яка включає ввічливість та повагу у відносинах всередині колективу. Також, необхідною складовою нематеріальної мотивації, є присутність правильно структурованого зворотного зв'язку, включаючи елементи подяки, як самий простий і доступний інструмент нематеріальної мотивації персоналу. Важливими складовими корпоративних комунікацій є залученість всіх співробітників до процесів стратегічного планування у компанії, а саме поширення інформації щодо питань куди йде компанія, як вона досягне поставлених цілей і яка роль окремого співробітника в досягненні цих цілей.

Потрібна система внутрішніх комунікацій. Її можна реалізувати дуже по-

різному: від дошки оголошень в коридорі до корпоративного інтранету. Важливо, щоб інформаційний потік доходив до потрібного адресата.

5. Навчання і розвиток є невід'ємною складовою нематеріальної мотивації персоналу. Прозора політика в сфері навчання і розвитку забезпечує одну з найважливіших людських потреб - безпека. Навчальні плани, кадровий резерв, публічне оголошення про відкриті вакансії дають можливість поєднати в одній точці персональні цілі з цілями компанії. Люди починають планувати своє майбутнє і пов'язувати його майбутнім компанії. Ніщо так не об'єднує, як спільні плани.

6. Організація та проведення конкурсів та змагань в колективі, таких як футбольний матч або інтелектуальне протистояння в «Що? Де? Коли? » - поширений вид корпоративного дозвілля. Але сьогодні гра перестала бути тільки розвагою. Ігрова динаміка все більше і більше завойовує уми і серця. До того, що змагаються продавці і співробітники call-центрів, всі вже звикли. Виявилось, що в гонках можуть брати участь навіть службовці державних компаній. Правильно сформульована ігрова задача підвищує продажі, вчить ефективно взаємодіяти, стимулює проходити навчальні курси і ділитися новими знаннями.

Змагання корисно не тільки для вироблення командного духу. Конкуренція в ігровому середовищі дає можливість вийти за рамки звичних шаблонів і провести результативний мозковий штурм, на виході отримавши купу нових ідей для розвитку бізнесу. Все це формує корпоративне середовище з правильними цінностями.

7. Корпоративні заходи такі як квести, пейнтболні битви, реконструйовані лицарські турніри, тематичні вечірки, кулінарні майстер-класи та багато іншого.

8. Приємні дрібниці для заохочення персоналу. Привілеї дають почуття винятковості, приналежності до кола обраних. Можливо запропонувати співробітникам скористатися власним товаром або послугою із суттєвою знижкою.

Література:

1. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: пер. с англ. – М.: Дело, 2000. – 704 с.