

ІННОВАЦІЙНА КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

INNOVATIVE CONCEPTUAL MODEL OF EMPLOYEES MOTIVATION AS A METHOD OF IMPROVING COMPETITIVENESS OF UKRAINIAN ENTERPRISES

ИННОВАЦИОННАЯ КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УКРАИНСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Анотація. Доповідь присвячена питанням підвищення конкурентоспроможності українських підприємств за рахунок впровадження нових концептів мотивації трудової діяльності. Проаналізовано досвід мотивування персоналу зарубіжних компаній. Визначено основні виклики сучасного мотиваційного середовища в Україні. Здійснено підбір варіантів використання зарубіжного досвіду для вирішення проблем мотивації персоналу. Розроблено інноваційну концептуальну модель мотивації працівників вітчизняних підприємств та обґрунтовано необхідність її впровадження.

Abstract. The report is devoted to the issues of increasing the competitiveness of Ukrainian enterprises by introducing new concepts of work motivation. The experience of motivating the staff of foreign companies is analyzed. The main challenges of the modern motivational environment in Ukraine are identified. The choice of using foreign experience to solve problems of staff motivation is made. The innovative conceptual model of motivation of employees of domestic enterprises is developed and the necessity of its introduction is substantiated.

Аннотация. Доклад посвящен вопросам повышения конкурентоспособности украинских предприятий за счет внедрения новых концептов мотивации трудовой деятельности. Проанализирован опыт мотивации персонала зарубежных компаний. Определены основные вызовы современной мотивационной среды в Украине. Осуществлен подбор вариантов использования зарубежного опыта для решения проблем мотивации персонала. Разработана инновационная концептуальная модель мотивации работников отечественных предприятий и обоснована необходимость ее внедрения.

Конкурентоспроможність підприємства тісно корелює з його життєздатністю, результатами його діяльності з виробництва та збуту продукції в умовах ринкової конкуренції. Водночас, в даному питанні визначальну роль відіграє продуктивна праця персоналу компанії, адже саме він і створює той конкурентоспроможний продукт. Для підвищення ефективності діяльності підприємства та продуктивності праці персоналу, останній має бути правильно мотивований. Мотивація як свідоме внутрішнє ставлення працівника до виконуваної ним роботи та організації в цілому формується на основі мотивів, які знаходяться всередині кожної людини, спрямовують та визначають її поведінку.

Мотивація праці належить до числа тих питань, вирішенню яких у світовій практиці завжди приділялося багато уваги. Українська теорія і практика мотивації, як правило, зазвичай зводилися до оплати праці: підвищення рівня заробітної плати, премії, доплати, пільги тощо. У більшості випадків такі методи виявлялись малоефективними. Численні обставини вказують на кризу системи мотивації праці в Україні, яка визначається не лише низьким показником реальної заробітної плати, але й зміною ціннісних орієнтирів у системі мотивів до праці, що, в свою чергу, обумовлює необхідність переосмислення проблем трудової мотивації, пошук нових чинників і стимулів.

Метою доповіді є обґрунтування необхідності формування та впровадження в господарську практику оновленої мотиваційної моделі, що враховує особливості трансформаційних процесів в економіці України, власний та зарубіжний досвід, з метою підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Для формування ефективних систем мотивації праці на сучасних вітчизняних підприємствах, особливо великих, доцільно використовувати досвід зарубіжних компаній. Саме впровадження зарубіжних моделей мотивації праці, які є кращими світовими практиками, дозволить українським підприємствам створити високопродуктивний кадровий потенціал, який буде працювати на благо організації.

З усього розмаїття моделей систем мотивації праці країн світу можна виділити, як найбільш ефективні, японську, американську, французьку, англійську, німецьку та шведську моделі, формування кожної з яких зумовлене вимогами економіки та особливостями життя нації.

Японська модель мотивації праці формується в контексті пріоритету інтересів нації над особистими, довічного найму, цінності репутації та сім'ї; американська – цінності освіти та трудової діяльності, орієнтації населення на особистий успіх та високий рівень економічного добробуту, всілякої підтримки підприємництва; французька – високого рівня розвитку соціального страхування, державної підтримки високих стандартів життя та економіки країни в умовах конкуренції; англійська – цінності часу та освіти, державного соціального забезпечення працівників, як і французька, а також, стимулювання діяльності приватного сектору; німецька – цінності праці, старанності населення та водночас відпочинку, забезпечення державою соціальної рівності та солідарності; шведська – найбільшій цінності освіти та самоосвіти впродовж усього життя, орієнтації економіки на досягнення високого життєвого рівня, правової та майнової рівності.

Порівняльний аналіз систем мотивації, проведений на основі численних досліджень сучасних науковців [1 – 6], доводить суттєві відмінності у свідомості, ціннісних орієнтаціях, трудовій поведінці населення в Україні й розвинутих країнах. Тому жодна з сучасних зарубіжних систем мотивації праці, попри доведені наукою і практикою її ефективності, не може бути застосованою на вітчизняних підприємствах в «чистому вигляді». Разом з тим, раціональне використання деяких елементів кращих практик, на нашу думку, може мати місце. Запропонована концептуальна модель мотивації праці, побудована на основі аналізу теоретичних моделей та кращих практик через призму методичного прийому «виклик-відповідь» та ґрунтується на таких комплементарних парах:

- Орієнтація на задоволення поточних потреб та отримання благ сьогодні – система «оплата проти ризику»;
- Розрив у доходах – принцип солідарності заробітної плати;
- Недооцінення ролі рівня освіти при визначенні розміру заробітної плати – система надбавок за освітній рівень;
- Злиденність та соціальна незахищеність населення – принцип соціальної рівності та захищеності на основі соціальних програм;
- Невідповідність заробітної плати обсягам затрачених зусиль – система «Pay-for-Performance»;
- Незацікавленість працівників у результатах підприємства – участь працівників у прибутках та прийнятті рішень;
- Невідповідність між зростанням цін та заробітної плати як наслідок інфляції – чесна та регулярна індексація заробітної плати;
- Перешкоди у веденні бізнесу – заохочення підприємницької активності + мінімальне втручання держави в приватний сектор економіки;
- Втрата традиційних ціннісних орієнтирів у праці – пріоритет інтересів нації над особистими.

Графічне зображення запропонованої концептуальної моделі уявляється нами у вигляді деякої геометричної фігури, що ілюструє рис.1. Елементи, зображені поза межами так званої зірки, демонструють цілі системи мотивації, а елементи на її променях є шляхами досягнення покладених цілей.

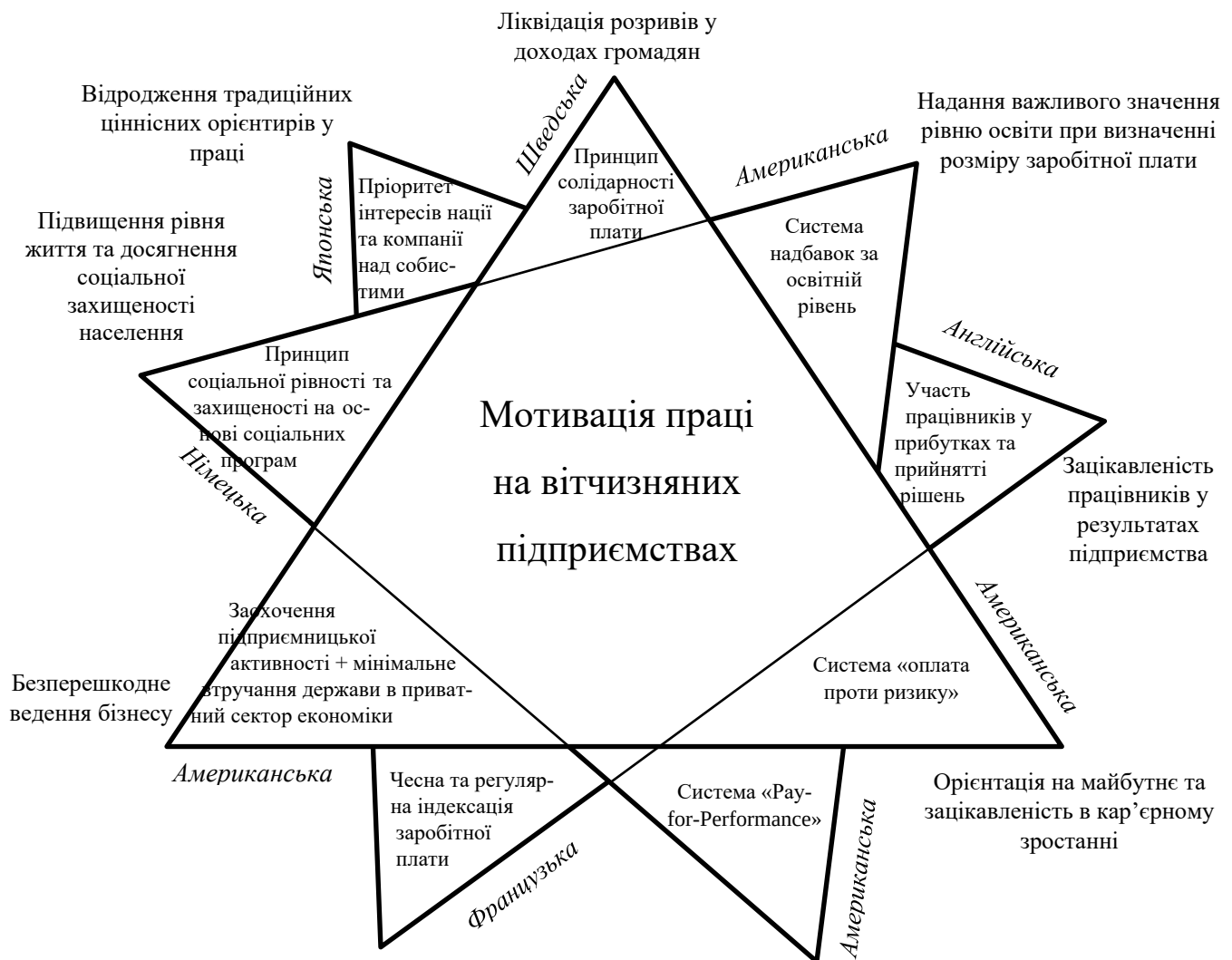


Рис.1. Концептуальна модель мотивації праці на вітчизняних підприємствах

Джерело: складено авторами

Отже, запропонована модель враховує сучасні умови українського соціо-економічного середовища, позиції та пріоритети українців, а також зарубіжний досвід, що зумовлює її цінність. Тому врахування її концептів у мотивації праці на вітчизняних підприємствах є цілком можливим та принесе позитивний очікуваний результат – зростання конкурентоспроможності компанії за рахунок підвищення ефективності роботи працівників в результаті правильної мотивації, зростання рівня заробітної плати й ступеня задоволеності життям. Тож дана модель має переваги як для працівників, так і для управлінців, а також суспільства в цілому.

Література

1. Андрійчук Ю. А. Зарубіжний досвід мотивації персоналу в розрізі японської моделі / Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. – 2016. – №846. – С. 11 – 15.
2. Бакуліна Н. М. Формування комплексної програми мотивації з метою підвищення рівня управління персоналом / Харківський національний університет. – 2017. – №3. – С. 54 – 60.
3. Бардакова Т.В., Дарченко Н.Д. Зарубіжний досвід мотивації праці: актуальність і доцільність застосування у вітчизняній практиці / Донбаська державна машинобудівна академія. – 2010. – №2. – С. 245 – 253.
4. Рябуха А. І. Європейський досвід застосування ефективних систем оплати праці та мотивації працівників підприємства / Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2016. – №16. – С. 65 – 68.
5. Стрельбіцький П. А., Стрельбіцька О. П. Світовий досвід мотивації праці та можливість його впровадження в Україні / Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки. – 2015. – №10. – С. 323 – 333.
6. Тужилкіна О. В. Мотиваційні основи стимулювання інноваційної діяльності у сучасних умовах / Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2015. – №2. – С. 111 – 115.

Н.В.Циганова

*к.е.н., доцент кафедри банківської справи
n_tsyganova@ukr.net*

М.І.Скидан

*«Банківський менеджмент», 5 курс
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»
staximys@gmail.com*

ПРОЦЕНТНА ПОЛІТИКА ЦЕНТРАЛЬНИХ БАНКІВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

INTEREST POLICY OF CENTRAL BANKS IN CONDITIONS OF ECONOMIC UNCERTAINTY

ПРОЦЕНТНАЯ ПОЛИТИКА ЦЕНТРАЛЬНЫХ БАНКОВ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

Анотація. Досліджено теоретичні і методичні засади формування та реалізації процентної політики центральних банків в умовах економічної невизначеності.

Abstract. The theoretical and methodological principles of the formation and implementation of central bank interest rate policy under conditions of economic uncertainty are investigated.

Аннотация. Исследованы теоретические и методические основы формирования и реализации процентной политики центральных банков в условиях экономической неопределенности.

Україна знаходиться на початковому етапі впровадження режиму інфляційного таргетування, через що дуже важливим є врахування досвіду імплементації даного режиму в порівняних з нами країнах Молдова, Туреччина та Угорщина. Вказані країни, як і Україна, характеризуються відкритістю економіки та мають історичний досвід запровадження режиму інфляційного таргетування.

Основними критеріями ефективності монетарної політики є оптимальний вибір облікової ставки з урахуванням входження майбутньої інфляції в таргетований проміжок та кредит довіри населення до монетарної політики та її цілей [1,2].

Встановлення цілей інфляційного таргетування відбувається з урахуванням внутрішніх і зовнішніх чинників, враховуючи необхідність центральному банку пояснювати розходження фактичного показника інфляції і таргетованого рівня. Ефективна комунікація центрального