

робітників, і роботодавцям, і державі [1; с. 16].

Сучасний стан ринку праці України характеризується такими ключовими проблемами: перехід фахівців і спеціалістів у сферу неформальної зайнятості, тіньової економіки, міграція за кордон; погіршення якісних характеристик робочих місць, недостатнє введення в дію нових робочих місць, особливо для кваліфікованих кадрів, що збільшує обсяги та рівень безробіття, знижує продуктивність праці і конкурентоспроможність виробництва; невідповідність між попитом і пропозицією робочої сили, поряд з цим обсяги інвестицій у сферу виробництва є недостатніми для вирішення питань забезпечення безробітних робочими місцями; недостатня державна підтримка підприємництва і малого бізнесу; складна ситуація щодо працевлаштування окремих соціально-демографічних груп населення; збереження селективного підходу при вирішенні питань вивільнення і найму на роботу залежно від статі, віку, стану здоров'я; недоліки системи дотримання норм трудового законодавства щодо режиму і охорони праці окремих груп працюючих [3].

Шляхи покращення стану зайнятості населення в Україні: формування дієвої нормативно-правової бази в сфері зайнятості населення; збереження і створення робочих місць, сприяння розвитку підприємництва та самостійної зайнятості населення; розв'язання проблем зайнятості населення у сільській місцевості; сприяння зайнятості громадян, які потребують соціального захисту і не здатні на рівних конкурувати на ринку праці; надання соціальних послуг зареєстрованим безробітним.

Все перелічене вимагає постійного вдосконалення діючих законодавчих актів з огляду як на негативний, так і на позитивний вплив глобалізації на розвиток національної економіки і соціальної політики, максимального врахування виникаючих під її впливом тенденцій.

Отже, можна зробити висновок, що влада робить недостатньо для того, щоб покращити сучасний стан незайнятого населення. У моделі управління системою зайнятості повинні дістати відображення всі фактори, що впливають на поповнення ринку робочої сили, і мотиви, які формують поведінку населення до працездатного віку, працюючого, працездатного непрацюючого і непрацездатного.

Література

1. Гуць М. Проблеми безробіття та рівня життя населення України / Гуць М. // Україна: аспекти праці. - 2003. - № 2. - С. 13-17
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Ульяницька О.В. Проблеми безробіття і трудова еміграція українців / Ульяницька О.В. // Актуальні проблеми економіки. - 2005. - № 8. - С. 167 - 172.

Месаксуді Тетяна

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри управління персоналом і регіональної економіки Дяків О.П.)

ПРОБЛЕМА НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ В УКРАЇНІ

Основною метою, що спонукає будь-яку людину до праці, є потреба в одержанні коштів для задоволення своїх потреб. Ці потреби переростають у мету, котра визначає поведінку працівника та його трудову активність. Нині в Україні працю розглядають лише як засіб заробітку необхідних коштів для задоволення первинних потреб. Але з часом ця необхідність у грошах доросте до такої межі, після якої мета людини буде задоволення не матеріальних, а духовних (вищих) потреб.

Тому однією з найважливіших складових мотиваційного процесу є нематеріальна мотивація. Нематеріальна мотивація охоплює системи заохочення, що не передбачають видачу працівникам матеріальних і безготівкових коштів. Як такі заохочення менеджери найчастіше використовують навчання, консультації, членство в клубах, лікування, медичне страхування, відгули, дошки пошани, публічну похвалу, організацію спортивних заходів та ін.

Для нашої країни проблема нематеріального стимулювання персоналу особливо актуальна, оскільки багатьом компаніям доводиться діяти в умовах обмежених фінансових ресурсів. Тому збільшення грошових винагород працівників керівники розглядають як «розкіш». Отже, необхідно розумно застосовувати різні методи нематеріальної мотивації, що дають компанії змогу зміцнити лояльність працівників, збільшити їхню зацікавленість у прибутковості, зменшити негативні

настрої в колективі, а також підвищити рівень їхньої кваліфікації.

Ця проблема цікава низці провідних менеджерів персоналу, а також науковцям у сфері економіки та управління персоналом. Серед них досліджували цю тему Г. Іванченко, А. Колот, С. Цимбалюк, В. Юкіш, у працях яких подано здебільшого суб'єктивні оцінки та рекомендації щодо ситуації, яка склалась у галузі управління трудовими ресурсами підприємств.

Кожна компанія створює свою програму нематеріальної мотивації, враховуючи особливості бізнесу, стратегічних цілей та корпоративну культуру. Досить відомі й психологічні правила ефективної мотивації: повага особистості, щирість у похвалі, реалістичність цілей, можливості для зростання, заохочення групової роботи та співробітництва, диференційований підхід і т. д.

До основних видів нематеріальної мотивації відносять:

- гідну винагороду та реалізацію потреб у праці;
- професійне зростання й особистий розвиток;
- сприятливі належні умови праці та її безпеку;
- здоровий спосіб життя та профілактику;
- соціально-психологічний клімат;
- соціальний статус, елементи престижу [1, с.65].

В умовах кризи найважливішим інструментом нематеріальної мотивації персоналу є корпоративна культура. Активність і енергія керівника, створення та підтримання бойового духу команди в період кризи – найважливіші умови для здійснення успішного антикризового управління.

Чи підтримають люди свого лідера, чи проявлять відданість своєму колективу та спільній праці, чи не втратять вони віру в поліпшення ситуації – це залежить від того, який стиль і методи управління вибере керуюча команда.

Із погляду мотивації персоналу усвідомлення, що все виконується тільки заради того, щоб компанія заробила більше грошей, може стати просто особистою трагедією працівників. Співробітникам потрібні високі цілі. Працівники мають розуміти, заради чого щоранку встають та йдуть на роботу.

Учені довели, що наймогутнішим мотивувальним засобом трудової поведінки людини є інтерес до роботи. Чим більше знань має працівник,

чим вища його кваліфікація, тим більше він прагнучим до цікавої роботи. Задоволення даватиме зміст роботи, сам процес, а не тільки платня за працю. У цікавій роботі людина проявляє здібності, реалізує свій психологічний потенціал[2, с.23].

Формулювання місії компанії – це завдання колективу. Долучаючи персонал для обговорення важливих питань, керівництво, з одного боку, отримує мету, справді узгоджену з її цінностями, а з іншого – підвищує мотивацію персоналу. Ну, і «дві голови завжди краще, ніж одна». Людям важливо те, що до них прислухаються. Вони з більшою віддачею працюють у компанії, до формування цілей якої причетні.

Формулювання місії компанії, чітке визначення її цінностей сприяють залученню людей, які поділяють ці цінності. Таким чином, процес добору персоналу також стає керованим.

Керівництву слід не забувати про такий дійовий метод нематеріальної мотивації, як заохочення (усні та письмові подяки). Публічне визнання перед колективом підвищує зацікавленість працівника, позаяк дає співробітникам змогу відчувати свою цінність для компанії як професіонала. Кожна людина бажає, щоб її помітили і справедливо оцінили старання, правильне виконання її обов'язків. Одним з найкращих і ефективних способів мотивації працівників без грошей є публічне її визнання та похвала. Це здійснюють у різних формах, зокрема у вигляді випуску внутрішньої газети з описом досягнень кращих працівників, занесення фото на «дошку пошани», випуск буклетів компанії з портретами їхніх працівників, оголошення досягнень працівника на загальних зборах, а також шляхом розсилання вітальних повідомлень за відмінну роботу електронною поштою (з копіями для всіх інших працівників відділу або компанії). Ці методи не потребують великих грошових витрат, вони порівняно легкі для здійснення і дуже ефективні.

Завжди можна знайти, за що похвалити людину. Головне – робити це щиро. Є золоте правило керівника: лаяти наодинці, а хвалити – при всіх. Похвала при всіх матиме в кілька разів більший ефект, аніж скупе і тихе «молодець». А ось осуд у присутності інших осіб може сильно демотивувати людину.

У час економічної кризи люди потребують впевненості у правильності дій управлінського апарату, а також знання, чи є в них план

поліпшення ситуації. Набагато краще, коли працівники знатимуть ситуацію на даний момент, аніж залишатимуться в невідомості.

Види і методи нематеріальної мотивації як важливу частину управління персоналом необхідно постійно оновлювати та вдосконалювати. З давніх давен усім добре відомо, що людей слід спонукати до певних дій для досягнення потрібного результату. Тільки ті працівники, які зацікавлені в результатах своєї праці, справді «рухають» компанію вперед. Тому менеджери та управлінці повинні володіти навиками визначення індивідуальних мотиваторів підлеглих. А найкращим способом здійснення цього є розмова з працівником, завдання «правильних» прямих та непрямих запитань, почувши відповідь на які, він зможе дізнатися про цінності й важелі впливу на ефективність роботи працівників.

Література

1. Дяків О. Основні складові компенсаційного пакета працівників банку / О. Дяків, Ю. Владика // *Регіональні аспекти розвитку і розміщення продуктивних сил України* //36. наук. праць. –Вип. 17. – Тернопіль: Економ. думка, 2012. – С.64–67.

2. Іванченко Г.В. Особливості використання нематеріальних стимулів на вітчизняних підприємствах / Г.В. Іванченко // *Економіст.*– 2010. – № 3. – С. 21–23.

3. Юкіш В.В. Застосування матеріальних і нематеріальних методів мотивації лідерства на різних рівнях управління / В.В. Юкіш // *Інноваційна економіка.* – 2009. – № 8. – С. 62–66.

Москалюк Інна

(науковий керівник: к.е.н, доцент кафедри економіки підприємств та корпорацій Білан О.С)

УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Соціальна відповідальність бізнесу є стандартом розвиненого корпоративного управління. Її основна функція полягає в забезпеченні стійкості організації, як відкритої системи за рахунок регулювання конфлікту інтересів в зовнішньому і внутрішньому середовищі. Проте, в

Україні за сучасних умов господарювання не існує дійсно працюючого механізму заохочення соціально відповідальної діяльності підприємства, існує безліч перешкод, які заважають становленню та розвитку соціально відповідального бізнесу[2].

Соціальна політика українських підприємств носить безсистемний характер, а стандартизації намагаються дотримуватися тільки великі корпорації та представники іноземних компаній. Звичайно, підприємству важко реалізовувати корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) за відсутності стійкого позиціонування на ринку та мінімальної прибутковості.

Дискусії про роль бізнесу в суспільстві давно сформулювали аргументи «за» і «проти» КСВ. До переваг відносять: сприятливі для бізнесу довгострокові перспективи, допомога у вирішенні соціальних проблем, можливість впливу на зміни в суспільстві, формування норм моралі, підвищення фінансових та економічних показників діяльності підприємства. Недоліки КСВ трактують наступним чином, це перш за все, порушення основного принципу – максимізація прибутку, неможливість забезпечити високий рівень підзвітності суспільству, невміння вирішувати соціальні проблеми, зростання собівартості за рахунок збільшення соціальних витрат та використання соціальної відповідальності виключно в рекламних цілях.

Світовий досвід сформував критерії, відповідність яким дозволяє визначити компанію, як соціально відповідальну. До них належать: добросовісна сплата податків; виконання вимог міжнародного, державного, регіонального законодавства; виробництво та реалізація якісної продукції; реалізація корпоративних програм з підвищенням кваліфікації, охорони здоров'я, морального стимулювання працівників; реалізація благодійних та спонсорських проектів; захист екології [1]. Проте, українські компанії сприймають свою роль більш вузько, це лише сплата податків та дотримання встановлених законами зобов'язань перед державою. Бізнес в Україні не виконує свою головну функцію: не інвестує у відтворення робочої сили, тобто, навіть не дотримується внутрішньої соціальної відповідальності.

На формування соціальної відповідальності в Україні впливає ряд факторів, а саме: структура економіки, іноземні інвестиції, неефективна система соціального захисту, важкий регуляторний тягар, відсутність