Материалы международной научно-практической конференции молодых ученых и студентов «Актуальные проблемы экономического и социального развития Донбасса», 15 мая 2015г., г.Донецк, ДонНТУ. — Донецк: ГВУЗ «Донецкий национальный технический университет», 2015.—205 с., стр. 62-64

ББК У301+У249.2

УДК 338.3

А-43

**Апанасенко А.В., Островская А.В.**

*Донецкий национальный технический университет*

 *г.Донецк*

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К РАЗРАБОТКЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

На сегодняшний день для успешной деятельности предприятия чрезвычайно важна эффективность его трудовых ресурсов. Следовательно, одной из главных задач менеджера является побуждение персонала к эффективной работе, которая направлена на достижение целей организации.

Под мотивацией (от греч. motif, от лат. moveo — двигаю) в менеджменте понимается внешнее или внутреннее побуждение экономического субъекта к деятельности во имя достижения каких-либо целей, наличие интереса к такой деятельности и способы его инициирования, побуждения. Большинство отечественных работодателей сегодня используют традиционные, проверенные временем, методы мотивирования сотрудников. Как правило, это надбавки к заработной плате, премии, «социальные пакеты». Также, кроме материальной мотивации, часто используются нематериальные методы поощрения: награды, благодарности, конкурсы лучших сотрудников, творческие и спортивные соревнования и т.д., которыми, однако, уже никого не удивишь. Но некоторые руководители в погоне за максимальной эффективностью выходят за рамки общепринятых мер, придумывают новые нестандартные способы мотивации.

 Рассмотрим наиболее оригинальные из них. Например, основатель The Walt Disney Company Уолт Дисней не только стремился улучшить имидж непрестижных подразделений своей компании, но и тщательно подходил к выбору их названий. Так, при Диснее, прачечные в отелях — самые грязные и тяжелые места работы, на территории принадлежащих компании парков развлечений были переименованы в текстильные службы (textile services). Это поставило их в один ряд с такими престижными подразделениями компании, как отдел маркетинга или клиентская служба, оставив при этом единственным подразделением, куда было легко попасть. Неудивительно, что вскоре прачечные стали одним из наиболее привлекательных структурных единиц для новых сотрудников, начинающих карьеру в компании.

Повторил этот удачный опыт основатель всемирно известной компании Apple, Стив Джобс, который переименовал должности «консультант» своего офиса на Пятой авеню в Нью-Йорке в должности «гений». Джобс рассчитывал, что сотрудник, носящий настолько гордое звание, вряд ли захочет сменить его на что-то более обыденное, что значительно снизит количество увольнений. И, надо сказать, он не ошибся.

Другой гигант информационных технологий, компания Microsoft имеет собственный торговый центр «The Commons», вход в который открыт только для сотрудников компании. Как и в любом другом ТЦ, там есть бутики модных брендов, филиалы банков, кафе. Компания Nihon Shoken, занимающаяся производством продуктов питания, поощряет браки между сотрудниками. И даже выдает каждому молодожену ежемесячный бонус в размере $10. Конечно, такая сумма вряд ли сможет стать основой семейного бюджета, но примечателен сам факт одобрения, в то время как большинство западных компаний не приветствуют романтические отношения, и тем более браки, между работниками.

 Примеру западных коллег в последнее время всё чаще следуют украинские и российские менеджеры. Так, одна из девелоперских компаний Западной Украины приобрела пять квадроциклов и позволяет наиболее инициативным работникам в течение двух недель ездить на них на работу или путешествовать. В компании «ВВН Украина» самым успешным по итогам полугодия сотрудникам отдела продаж, кроме денежной премии предоставляется возможность 3 часа поиграть в боулинг или бильярд. Также таких сотрудников ежемесячно награждают 10 л пива, недельной путевкой на двоих за границу или швейцарскими часами. Кроме того, удачливый продавец в течение 6 месяцев может не соблюдать в рабочее время деловой дресс-код и не отвечать на звонки начальства после 18.00.

Российская организация «СКБ Контур», средний возраст сотрудников которой составляет 27 лет (40% из них находятся в браке), организовала для детей своих работников детский сад. Благодаря этому нововведению, молодым родителям не нужно вставать в очередь на предоставление мест в детском саду, а возвращение на работу после декретного отпуска проходит с меньшими трудностями.

Однако, к нетрадиционным формам мотивации компании прибегают не только чтобы оценить заслуги работников, но и чтобы указать на просчеты в их работе. В частности, в компании «ВВН» была разработана программа «Черепаха forever». Региональному менеджеру, подразделение которого показало худший результат по итогам месяца, торжественно вручают живую черепаху по имени Даша, о которой работник обязан заботиться в течение месяца.

Итак, нестандартные методы мотивирования сотрудников могут быть очень эффективны, но не стоит забывать, что любая мотивация должна соответствовать интересам и потребностям сотрудников компании. При правильном сочетании стандартной и нестандартной мотивации труда работник будет приносить предприятию больше прибыли, что особенно актуально в условиях кризиса.

**Список использованной литературы**

1. Колот А.М. Мотивація персоналу: [підручник] / А.М. Колот — К. : КНЕУ, 2002.—337 с.

2. Черкашина Д. Нестандартна мотивація / Д.Черкашина // Щотижневик «Контракти»−№22, червень 2008.

3. Якуба В. Нестандартная мотивация: примеры [Электронный ресурс] / В.Якуба // Академия HR Директор. — Режим доступа: http://hrdir.ru/nestandartnaya-motivaciya-primery/.—Дата доступа: 29.04.15

 4. Большие оригиналы: нестандартные виды мотивации персонала в России [Электронный ресурс] // HR-Portal: Сообщество HR-Менеджеров. — Режим доступа: http://www.hr-portal.ru/blog/bolshie-originaly-nestandartnyevidy-motivacii-personala-v-rossii.—Дата доступа: 29.04.15.