

## СТРАТЕГІЧНИЙ ВИМІР ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ МОТИВУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ

© О.М. Бодарецька, 2015

У ринкових умовах господарювання важливе завдання сьогодення – впроваджувати такі інноваційні технології мотивування персоналу підприємств, які будуть корелювати із їхніми стратегічними цілями. Теорією і практикою доведено, що інноваційні технології мотивування та стратегія розвитку будь-якої компанії повинні розглядатися у тісному взаємозв'язку. Навіть найкращі мотиваційні інструменти не забезпечать одержання очікуваного ефекту, якщо впроваджуватимуться «відірвано» від стратегічних планів розвитку. Це можна пояснити, зокрема, і тим, що впровадження більшості інноваційних технологій мотивування персоналу – це доволі тривалий процес, який ще й до того стосується кожного окремого працівника. Відтак, згадана вище «відірваність» може призвести до даремних витрат різних ресурсів, неефективних управлінських рішень та ще й погіршення соціально-психологічного клімату в колективі, наслідком якого є доволі часто підвищення рівня плинності персоналу.

На жаль, слід констатувати, що чимало вітчизняних підприємств або взагалі не мають стратегій свого розвитку, або, що найчастіше, такі стратегії не відповідають реаліям сьогодення. Особливо актуальною ця проблема є в період змін, коли умови функціонування змінюються, а стратегія залишається попередньою. Слід зауважити, що неважливо, якою буде оця стратегія – антикризовою, стратегією розвитку, скорочення тощо – у будь-якому випадку досягти її можна буде за умови, коли працівники будуть належним чином мотивовані. Практикою доведено, що в умовах кризи одне із першочергових завдань – мобілізувати усіх наявних ресурсів, і насамперед – людських. За будь-якої стратегії важливість мотивування персоналу на підприємствах є беззаперечною, тим більше в умовах кризи.

Як слушно зауважує А. Дудін [1, с. 8], якщо горизонт планування підприємства містить орієнтири на декілька років вперед, то накопичення й використання ресурсів здійснюється з урахуванням стратегічних цілей компанії. Якщо ж цього немає – ресурси підприємства витрачаються хаотично й варіативно, нерідко в інтересах окремих суб'єктів.

Практикою управління персоналом на успішних підприємствах доведено, що не тільки компанія повинна мати стратегічне бачення розвитку, але й HR-підрозділ повинен мислити стратегічно. Зокрема, як визначено у роботі [2, с. 56], стратегічне мислення – це ключова компетенція HR-директора. Відтак, ця теза є важливою і під час формування та впровадження інноваційних технологій мотивування персоналу: щоб забезпечити ефективність цих процесів, слід діяти як стратег і бути для ТОП-менеджменту машинобудівного підприємства стратегічним партнером, а не лише виконавцем, що відповідає за тактичні результати. Відтак, перед HR-підрозділом постає важливе завдання: мислити і діяти стратегічно, у т.ч. і під час формування і впровадження інноваційних технологій мотивування персоналу. Впровадити такі технології мотивування, які допоможуть досягти стратегії підприємства – це одне із основних завдань HR-фахівців.

Завдяки стратегічному мисленню HR-підрозділ не тільки матиме змогу здійснювати планування інноваційних технологій мотивування персоналу на підприємствах, але й планувати свої дії у цій сфері, а також формувати відповідні KPI й оцінювати успішність їхнього досягнення.

1. Дудин А. *Постановка цілей и система планирования в компании* / А. Дудин // *Профессия Директор*. – 2013. – №3. – С. 6-11.

2. Проценко С. *Опыт внедрения системы сбалансированных показателей* / С. Проценко, К. Зажигина // *Менеджер по персоналу*. – 2010. – №1-2. – С. 52-61.