

- НТУ «ХПІ» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.*
4. Pererva P.G. Technology transfer / P.G.Pererva, György Kocziszky, D.Szakaly, M.Somosi Veres - Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
 5. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Механізм управління рівнем конкурентоспроможності продукції підприємства // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С. 230–235.
 6. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Комплексний підхід до управління конкурентоспроможністю промислової продукції // *Перспективи і пріоритети розвитку економіки України та її регіонів : зб. наук. праць*. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34). – Ч. 2. – С. 9–29.
 7. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкрутство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління // *Вісник НТУ «ХПІ»*. – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152.
 8. Ткачова Н.П., Перерва П. Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // *Економіка розвитку*. – 2011. – № 4 (60). – С. 116-120.
 9. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : *Фактор*, 2009. – 480 с.
 10. Экономика и организация труда / И.Н.Погорелов [и др.]– Харьков : *Фактор*, 2007.– 640 с.
 11. Перерва П.Г. Потребность в электротехнических средствах автоматизации. Теория и методы определения. - Х. : *Основа*, 1991. - 114 с.
 12. Перерва П.Г. Практический маркетинг.- Выпуск 2. Маркетинг на промышленном предприятии.- М.: НПО «*Реклама, информация, маркетинг*», 1991.- 80 с.
 13. Перерва П.Г. Практический маркетинг.- Выпуск 3. Управление ассортиментом продукции.- М.: НПО «*Реклама, информация, маркетинг*», 1991.- 80 с.
 14. Перерва П.Г. Практический маркетинг.- Выпуск 4. Исследование рынка промышленной продукции.- М.: НПО «*Реклама, информация, маркетинг*», 1991.- 96 с.
 15. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві / П.Г.Перерва / Навч.посібник для машинобудівних спеціальностей.- Харків : «*Основа*», 1993.- 288с.
 16. Гочарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267с.
 17. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
 18. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д : *Феникс*, 2003. - 592 с.
 19. Перерва П. Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ"*. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.

ПОДХОДЫ К СТИМУЛИРОВАНИЮ ТРУДА НА МЕЖДУНАРОДНЫХ КОРПОРАЦИЯХ

Косенко Александра Петровна,
 д.э.н., профессор
 Кобелев Валерий Николаевич,
 к.э.н., доцент
 Матросова Виктория Александровна,
 к.э.н., доцент
 Национальный технический университет
 «Харьковский политехнический институт»

Эффективная деятельность любого предприятия, его

конкурентоспособность имеет прямую зависимость от качества и профессионализма работающего на нем персонала. Это требует от предприятий внедрения такой системы стимулирования, позволяет формировать у рабочего заинтересованность работать на данном предприятии с наибольшей отдачей. Сегодня кадровый голод на высококвалифицированных специалистов испытывают почти все предприятия. Однако на большинстве из них используются устаревшие системы стимулирования труда. Формирование действенной системы стимулирования, адекватной современным требованиям предусматривает существенное изменение существующей практики и научно-методических подходов к решению этой проблемы.

Среди современных характерных особенностей и тенденций в политике материального стимулирования зарубежных стран следует выделить следующие:

- определение размеров минимальной годовой заработной платы для каждой категории работников с учетом всех выплат;
- использование тарифной системы как инструмента дифференциации заработной платы в различных ее модификациях (единая тарифная сетка, гибкий тариф, бестарифная система и т.п.);
- преимущественное использование повременной формы оплаты труда;
- расширение сферы нормирования труда, охвата ею новых контингентов работников не только физической, но и умственной работы как в материальной, так и в нематериальной сферах производства;
- изменение ориентации предпринимателей и менеджеров из количественных на качественные показатели деятельности;
- устойчивая тенденция к индивидуализации заработной платы, исходя из оценки конкретного трудового вклада работников;
- широкое распространение систем платы за знания и компетенции, развитие системы гибких льгот.

Теоретический анализ существующих моделей мотивации показал наряду с заработной платой весомость, значительную распространенность и многообразие нефинансовых вознаграждений. Мы выделяем следующие наиболее распространенные их виды:

- вознаграждение потреблением: обеспечение продуктами для перерыва на кофе, бесплатные обеды, продуктовые заказы, семейные обеды, пикники, вечеринки "а-ля фуршет" после работы за счет компании и т.д.;
- вознаграждение пользованием: предоставление личного автомобиля, клубных привилегий, права пользования домом отдыха компании или центром обслуживания для реализации собственных проектов;
- подарки: оплата страховки, билеты в кино и театральные билеты, поездки в период отпуска, купоны на приобретение товаров в местных магазинах, деревянные приборы, мебели или садовых инструментов для дома, одежды и тому подобное;
- социальное вознаграждение: дружеские приветствия, неформальное и официальное признание достижений, просьба высказать мнение или дать совет, похвала за успехи на работе, признание в печатном органе фирмы, словесное и

невербальное признание;

- вознаграждения, связанные с изменением статуса сотрудника: ротация рабочих мест, специальное назначение, обучение смежной специальности, повышение квалификации, участие в принятии решений, работа в самоуправляемых группах;

- проектирование рабочего места: изменение технической оснащенности рабочего места и его эргономики (перенос рабочего места, выделение отдельного кабинета, наем секретаря, предоставление дополнительного офисного оборудования), а также предоставление сотруднику служебного автомобиля;

- льготы, связанные с графиком работы: гибкий график работы; возможность выбора собственного графика рабочего времени за пределами четко оговоренных обязательных часов работы; оплата нерабочего времени сотрудника (праздничные дни и отпуск, период временной нетрудоспособности, перерывы на обед и отдых);

- страхование жизни и здоровья: медицинское страхование и обслуживание, выплаты пособия в случае смерти или увечья и т.п. на основе распределения риска между группой участников (и компанией).

В последнее время ясно определяется тенденция к системному использованию нефинансовых вознаграждений и возникновения "пакета услуг", с которого сотрудник получает возможность выбрать те вознаграждения, в которых он заинтересован больше всего. В некоторых организациях на каждого работника зарезервирована определенная денежная сумма для оплаты установленного объема социальных льгот, и по принципу "меню" каждый сотрудник из перечня таких льгот может выбрать на эту заранее определенную сумму конкретные социальные выплаты. Во многих фирмах работники сами из своей зарплаты могут делать отчисления на сей счет, что обеспечивает человеку возможность приобретения других льгот, в т.ч. выходящих за установленные фирмой пределы. Создание для каждого работника специального счета под социальные льготы и выплаты позволяет фирме четко контролировать этот вид расходов на рабочую силу. С другой стороны, "меню кафетерия" очень гибким для работников. Большой популярностью пользуются так называемые банки отпусков, которые объединяют оплаченные дни отпусков, "больничные" дни и тому подобное. На многих фирмах, если работник не желает получить льготы в натуральной форме, он может получить их стоимость в деньгах. Однако обмен всех имеющихся льгот и выплат на эквивалентную денежную сумму не допускается.

Уместно отметить, что всего в высокоразвитых странах прослеживается тенденция к сокращению числа предоставленных компаниями льгот, стремление заменить их повышением денежного вознаграждения. Организации предпочитают сосредотачиваться на сфере своей основной деятельности, предоставляя сотрудникам возможность самим решать бытовые проблемы. В то же время во многих странах Западной Европы и в США мотивационные аспекты управления персоналом компаний и фирм приобрели большое значение, и эти методы и опыт мотивации могут быть с успехом перенесены на

українском основы обеспечения продуктивной занятости.

Литература:

1. Іщенко Н.А. Зарубіжний досвід стимулювання праці на підприємстві // *Резерви економічного зростання та інноваційного розвитку підприємств України*. Кіровоград: ПРВЦ «КОД». 2009. С.130-132.
2. Kocziszky György Reputational compliance / György Kocziszky, M. Veres Somosi, T. O. Kobieliava // *Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум-2017"* : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О.В.Манойленко, Є.М.Строков.– Харків : НТУ "ХП", 2017.– С. 140-143.
3. Перерва П.Г., Нагі С., Кобелева Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності // *Вісник НТУ «ХП» (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХП", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.
4. Pererva P.G. Technology transfer / P.G.Pererva, György Kocziszky, D.Szakaly, M.Somosi Veres - Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
5. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Механізм управління рівнем конкурентоспроможності продукції підприємства // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С. 230–235.
6. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Комплексний підхід до управління конкурентоспроможністю промислової продукції // *Перспективи і пріоритети розвитку економіки України та її регіонів : зб. наук. праць.*– Луцьк : ЛНТУ, 2012.– Вип. 9 (34).– Ч. 2.– С. 9–29.
7. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкрутство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління // *Вісник НТУ «ХП»*. – Харків : НТУ "ХП", 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152.
8. Ткачова Н.П., Перерва П. Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // *Економіка розвитку*. – 2011. – № 4 (60). – С. 116-120.
9. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : *Фактор*, 2009. – 480 с.
10. Экономика и организация труда / И.Н.Погорелов [и др.]– Харьков : *Фактор*, 2007.– 640 с.
11. Перерва П.Г. Потребность в электротехнических средствах автоматизации. Теория и методы определения. - Х. : *Основа*, 1991. - 114 с.
12. Перерва П.Г. Практический маркетинг.- Выпуск 2. Маркетинг на промышленном предприятии.- М.: НПО «*Реклама, информация, маркетинг*», 1991.- 80 с.
13. Перерва П.Г. Практический маркетинг.- Выпуск 3. Управление ассортиментом продукции.- М.: НПО «*Реклама, информация, маркетинг*», 1991.- 80 с.
14. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д : *Феникс*, 2003. - 592 с.
15. Перерва П. Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХП"*. – Харків : НТУ "ХП", 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.
16. Перерва П.Г. Практический маркетинг.- Выпуск 4. Исследование рынка промышленной продукции.- М.: НПО «*Реклама, информация, маркетинг*», 1991.- 96 с.
17. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві / П.Г.Перерва / Навч.посібник для машинобудівних спеціальностей.- Харків : «*Основа*», 1993.- 288с.
18. Гочарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267с.
19. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «*Планета-принт*», 2019. – 689 с.