



# ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НАУКОВОЇ ДУМКИ В МЕНЕДЖМЕНТІ, ГАЛУЗЯХ СПОРТУ, ОБСЛУГОВУВАННЯ ТА ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

*Тези доповідей  
III Міжнародної студентської наукової конференції  
(26-27 вересня 2024 року, м. Львів)*

*За загальною редакцією  
Наталії ПАВЛЕНЧИК*

**Львів -2024**

УДК 331.101.3

## МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ КРИЗИ: ДОСВІД СВІТОВИХ КОМПАНІЙ

Наталія АНДРЕЙЧУК

студентка

Науковий керівник – Христина БАРАНІВСЬКА

викладач

Львівський державний університет фізичної культури  
імені Івана Боберського (Україна)

Криза – це випробування для будь-якого бізнесу, але саме в такі моменти справді проявляється сила й згуртованість команди. Одним із найважливіших інструментів подолання кризових ситуацій є ефективна мотивація персоналу.

В умовах нестабільності на ринку праці компанії стикаються з ризиком втрати найкращих співробітників. Ефективна мотивація допомагає утримати їх у компанії. Мотивовані співробітники працюють більш ефективно, навіть у складних умовах. Позитивна атмосфера в команді сприяє об'єднанню зусиль для досягнення спільних цілей. Задоволені співробітники надають якісніші послуги, що позитивно впливає на лояльність клієнтів [1]. Головні чинники успішної мотивації в кризові часи: відкрита й чесна комунікація, гнучкий підхід, нефінансові стимули, забезпечення фінансової стабільності [2].

Стратегії мотивації в умовах кризи бувають різні, розглянемо їх на прикладі деяких відомих компаній. Наприклад, *Microsoft* і *Google* активно комунікували зі своїми співробітниками про фінансовий стан компанії та плани на майбутнє. Це дало змогу співробітникам відчувати себе частиною команди і сприяло їхній лояльності. Компанія *Netflix* організовувала регулярні онлайн-зустрічі з топменеджментом, де співробітники могли задати будь-які питання. Це допомогло знизити рівень тривожності й підвищити залученість [3].

Багато компаній, наприклад *Atlassian* і *Twitter*, перевели своїх співробітників на віддалений режим роботи, що дало змогу співробітникам краще балансувати між роботою та особистим життям. Компанія *Spotify*

запропонувала своїм співробітникам індивідуальні плани роботи, що враховували їхні особисті обставини. Компанія *Amazon* надала своїм співробітникам додаткові можливості для навчання та розвитку, що дало нагоду їм підвищити свою кваліфікацію. Компанія *Zappos* активно використовувала систему публічного визнання досягнень співробітників, що сприяло підвищенню їхньої мотивації [4].

Деякі компанії, такі як *Siemens*, запропонували своїм співробітникам гарантії зайнятості на певний період, що допомогло знизити рівень тривожності. Компанії *IBM* та *HP* розробили спеціальні програми допомоги співробітникам, які зіткнулися з фінансовими труднощами. Візьмемо для порівняння дві компанії – *SAS Institute* (ІТ-сфера) та *LPP* (виробництво). У табл. 1 наведено заходи цих компаній під час пандемії COVID-19 [5, 6].

Таблиця 1

## Порівняльна характеристика заходів компаній під час кризи

Аспект	<i>SAS Institute</i>	<i>LPP</i>
Матеріальна мотивація	Збереження заробітних плат, додаткові виплати на медичні потреби працівникам, гнучка система оплати праці для фрилансерів	Індексація заробітних плат відповідно до інфляції, премії за виконання планів у складних умовах
Нематеріальна мотивація	Розширення можливостей для дистанційної роботи, оплата інтернету та обладнання, організація онлайн-заходів для згуртування команди	Психологічна підтримка співробітників, організація дозвілля для дітей співробітників, гнучкий графік відпусток

Аспект	<i>SAS Institute</i>	<i>LPP</i>
Результати	Збереження ключових співробітників, підвищення продуктивності, позитивні відгуки співробітників	Зменшення плинності кадрів, підвищення лояльності співробітників, позитивна динаміка виробництва

Отже, мотивація персоналу в умовах кризи – це складне завдання, яке вимагає індивідуального підходу до кожної компанії та кожного співробітника. Однак досвід світових компаній показує, що ефективна мотивація може допомогти не тільки зберегти команду, але й зміцнити її та вивести бізнес на новий рівень розвитку.

#### Список використаних джерел:

1. Невмержицька С., Козир Т. Мотивація персоналу у сучасній компанії. *Problemas y perspectivas de la aplicacion de la investigacion cientifica innovadora*. 2021. <https://doi.org/10.36074/logos-11.06.2021.v1.11>
2. Прохоровська С. А. Мотивація персоналу підприємств у сучасних умовах викликів. *Трансформаційна економіка*. 2023. № 2 (02). С. 45–48. <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-2-8>
3. DSpace Repository: Electronic Kyiv-Mohyla Academy Institutional Repository. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/5fcf6651-6b7d-43c5-bac6-89ce097318e4/content> (дата звернення: 28.08.2024).
4. Work-Life Balance: кейси зарубіжних компаній + чек-лист по балансуванню. URL: <https://hurma.work/blog/work-life-balance-kejsi-zarubizhnih-kompanij-chek-list-po-balansuvannju/> (дата звернення: 28.08.2024).
5. SAS: Data and AI Solutions. URL: [https://www.sas.com/ru\\_ua/home.html](https://www.sas.com/ru_ua/home.html) (date of access: 28.08.2024).
6. The official website of LPP SA – Polish clothing company. URL: <https://www.lpp.com/en/> (date of access: 28.08.2024).