

Збрицька Т.П., Запіченко В.

к.е.н., доцент та бакалавр
кафедри управління персоналом і економіки праці,
Одеський національний економічний університет

БОНУСНІ ПРОГРАМИ, ЯК ЧИННИК МОТИВАЦІЇ: ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У зв'язку зі складною ситуацією в країні, часто такі аспекти, як професійний ріст, можливість отримати освіту за рахунок компанії або надбавки, витісняються на другий план, уступаючи місце потребі в стабільності. Проте, навіть в умовах воєнного конфлікту, збереження системи стимулів для співробітників є досить важливим. Нові ключові показники ефективності (KPI), обговорені з колективом, та чітко визначені межі можливостей компанії на сьогоднішній день можуть бути варіантами розв'язання цієї проблеми. Прозорість, чесність і відкритість є найкращими принципами, які можуть допомогти в такій ситуації.

Загалом, під час воєнного конфлікту основними пріоритетами стають базові людські потреби, такі як відчуття безпеки, фізичний та психологічний комфорт. Важливо також враховувати, що те, що раніше ігнорувалося деякими роботодавцями, зараз стає невід'ємною частиною очікувань українських працівників, які турбуються про свою безпеку та благополуччя, фізичний та емоційний стан. Спільні зусилля роботодавців і працівників щодо взаєморозуміння та підтримки стають надзвичайно важливими для забезпечення ефективного функціонування та подолання труднощів.

Відповідно до цього, зростає важливість правильної розробки програми стимулювання для працівників, у сучасних умовах, яка передбачатиме спеціальні бонуси та винагороди для професіоналів, залежно від їхньої продуктивності або лояльності. Добре структурована бонусна програма допомагає привернути спеціалістів з унікальними навичками, які можуть бути важкодоступними, а також підвищити рівень утримання і мотивації персоналу. Ключовим є те, що бонуси допомагають співробітникам відчувати важливість своєї праці, їх отримання знижує рівень стресу, що в результаті підвищує загальний рівень задоволеності від роботи.

За дослідженням LinkedIn, реферальні програми дозволяють скоротити час, необхідний для найму. Також за статистикою, залучені через реферальну програму співробітники залишаються працювати в компанії на більш довгий термін аніж ті, кого наймали через кар'єрні портали. Порівняння основних методів рекрутингу наведено у табл. 1 [1].

Існують різноманітні форми реферальних (бонусних) програм, які враховують корпоративну культуру, бізнес-цілі та інтереси співробітників. Компанії можуть надавати бонуси за: залучення нових клієнтів та працівників; результативність роботи; розвиток реферальної програми й ініціативи у галузі охорони здоров'я або навчання; участь у прибутках тощо, табл.2 [2; 3].

Таблиця 1

Порівняння методів рекрутингу

Метод залучення співробітників	Кількість днів на залучення нового кандидата, днів	Рівень утримання залучених співробітників, %
Через реферальну програму	29	45
З job-порталів	39	22
Із сайтів роботи	55	33

Джерело: складено за [1]

Таблиця 2

Переваги реферальних програм

Види реферальних (бонусних) програм	Сутність програм щодо отримання бонусів	Переваги програми	Досвід компаній
Бонуси за залучення нових клієнтів та працівників	існуючі клієнти або працівники компанії можуть рекомендувати своїм друзям, родині або колегам використовувати продукти або послуги компанії, влаштовуватись на роботу тощо.	зменшення витрат на рекрутинг та найм (рекламу). Рекомендації від існуючих працівників часто дозволяють знайти кандидатів швидше та ефективніше	Кожного року в компанії <i>Ciklum</i> приблизно 5% рекрутигового бюджету витрачається на винагороди рекомедаторам. <i>Компанія DataArt</i> має досвід виплати винагород в розмірах від \$2000 до \$5000 за успішну рекомендацію
Бонуси, засновані на результатах	компанії встановлюють конкретні цілі та чіткі критерії для оцінки результатів працівників (показники: обслуговування клієнтів, обсяги продажів, виконання проєктів тощо).	програма повинна бути прозорою та відкритою	Бонуси можуть бути націлені на індивідуальних працівників або на команди (грошові виплати, подарунки або додаткові відпустки)
Бонуси за участь у прибутках	розподіл визначеної процентної частини чистого прибутку компанії між її працівниками (грошові виплати, акції компанії або внески на пенсійний рахунок)	гнучкість програми дає змогу працівникам вибирати варіант, який найбільше відповідає їхнім потребам і цілям	<i>Компанія ThredUp</i> вважає, що ця система надання акцій є відмінною мотивацією для співробітників, оскільки вони стають особисто зацікавленими в успіху компанії

Джерело: складено за [2;3]

Згідно з дослідженням, в якому брали участь 147 топ-менеджерів з 70 українських ІТ-продуктових компаній, було визначено ефективність бонусної виплати як фінансового стимулу для топ-менеджменту [4]. Можна зазначити узагальнені результати опитування топ-менеджерів українських ІТ-компаній щодо ефективності бонусних виплат як фінансового стимулу:



51% респондентів отримують бонуси та винагороди;

- ✚ 84% респондентів задоволені своєю роботою в компанії;
- ✚ заробітна плата та премії є мотивацією для 62% респондентів;
- ✚ низький рівень бонусів демотивує 29% респондентів;
- ✚ бонуси або винагороди можуть допомогти вплинути на такі

показники як прибуток компанії, загальний дохід, рентабельність інвестицій, показники ефективності роботи підрозділів та індивідуальні цілі топ-менеджерів;

✚ 85% опитаних топ-менеджерів готові розширити перелік KPI для отримання бонусів [4, с. 10].

Дослідження показало, що між розміром додаткових бонусів і мотивацією топ-менеджерів існує 96% кореляція. У цьому контексті це означає, що коли розмір додаткових бонусів зростає, мотивація топ-менеджерів також зазвичай зростає, тобто величина бонусів має значущий вплив на стимулювання і мотивацію топ-менеджерів, досягнення кращих результатів у їхній роботі.

Мотивування співробітників в умовах воєнного конфлікту – це важливий аспект, який передбачає не лише фінансову допомогу для працівників, але й підтримку їхнього морального стану. Більшість компаній продовжують виплачувати повну заробітну плату навіть у період військових дій. В сучасних умовах додатковими мотиваторами для працівників можуть бути гнучкий графік роботи, програми психологічної підтримки, фінансова допомога в кризових ситуаціях, пропозиції щодо корпоративного житла або компенсація витрат на оренду житла.

На наш погляд, в сучасних умовах, бонусна програма, це потужний інструмент для стимулювання працівників, але її успішність залежить від ретельного планування. Компанії повинні спочатку визначити цілі, які вони хочуть досягти, обрати відповідну структуру бонусів і тип заохочення, який відповідає бюджету компанії. Потрібно пам'ятати, що навіть невеликі винагороди можуть бути важливими для мотивації працівників і визнання їхнього внеску.

Список літератури:

1. 5 Reasons Why Employee Referrals Matter to Small to Mid-sized Businesses. *LinkedIn Talent Solutions*: URL: <https://business.linkedin.com/content/dam/me/business/en-us/talent-solutions/resources/pdfs>
2. За що IT-спеціалісти отримують грошові бонуси. \$1200 за ефективність та \$400 - менторство. *DOU.ua*: URL: <https://dou.ua/lenta/articles/different-bonuses-for-specialists/>
3. Дзюба О. Як працюють програми заохочення в IT-компаніях під час війни. За рекомендацію можна отримати до \$5000. *dev.ua*: URL: <https://dev.ua/news/za-rekomendatsiiu-mozhna-otrymaty-do-5000-yak-pratsiuiut-prohramy-zaokhochennia-v-ukrainskykh-it-kompaniiakh-1661858052>
4. Bykova A. The Effectiveness of Bonus Payment as a Financial Incentive for Top Management. *WSEAS TRANSACTIONS on BUSINESS and ECONOMICS*. 2022. №19. URL: <https://wseas.com/journals/bae/2022/c685107-1784.pdf>