

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8066254>

Шленьова М. Г., канд. філол. наук, доцент

Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського

«Харківський авіаційний інститут»

***Особливості використання SCARF-мотиватора на підприємствах
України***

У сучасному світі чимало труднощів виникає саме через невміння людей взаємодіяти одне з одним. Сильним інструментом, який може цьому зарадити, є SCARF-модель.

SCARF-мотиватор – це метод мотивації працівників, який був запропонований Девідом Роком (David Rock) – австралійським консультантом з управління та психологом. Цей метод базується на теорії ігор та дослідженнях економіки, а його назва походить від перших літер п'яти основних потреб, які мотивують людей:

S – статус (Status)

C – управління контролем (Certainty)

A – автономія (Autonomy)

R – пов'язаність (Relatedness)

F – сенс (Fairness)

Ці п'ять потреб є основними вимогами, які впливають на мотивацію людей. За допомогою SCARF-мотиватора менеджери можуть розуміти потреби своїх працівників та враховувати їх у процесі управління.

Наприклад, метод SCARF-мотиватора може допомогти менеджерам зрозуміти, що для деяких працівників більш важливим є статус, тоді як для інших – автономія. За допомогою цього методу менеджери можуть пропонувати різноманітні мотиваційні стратегії для різних працівників залежно від їхніх потреб та вимог.

Узагалі SCARF мотиватор – це метод, який допомагає менеджерам розуміти індивідуальні потреби своїх працівників та створювати ефективні мотиваційні стратегії, що можуть підвищити їхню продуктивність та задоволеність роботою.

Модель SCARF-мотиватора є досить новою та не дуже поширеною на підприємствах України, проте деякі компанії вже почали використовувати її принципи для покращення мотивації своїх співробітників.

Наприклад, деякі компанії активно враховують потреби та бажання своїх співробітників щодо статусу, впевненості, автономії, взаємозв'язку та справедливості й намагаються забезпечити їх у своїй роботі.

Зокрема на підприємствах розвивають політику корпоративної культури, де активно використовують інструменти мотивації, що враховують п'ять елементів SCARF-моделі. Такі компанії забезпечують своїх співробітників статусом, забезпечують впевненість щодо їхньої роботи, дозволяють їм приймати рішення та використовувати свою творчість, активно розвивають комунікацію між співробітниками та керівництвом та дотримуються принципів справедливості в поводженні з працівниками.

Однак варто зазначити, що SCARF-модель мотивації може відрізнитися залежно від конкретної компанії та її специфіки. Кожна компанія може знайти власний підхід до використання цієї моделі, урахувавши потреби своїх співробітників та особливості своєї діяльності.

Ось декілька рекомендацій для впровадження SCARF-моделі мотивації на підприємствах України.

- Розробіть політику корпоративної культури, що враховує п'ять елементів SCARF-моделі: статус, впевненість, автономія, взаємозв'язок та справедливість.

- Проведіть опитування серед співробітників, щоб визначити їхні потреби та бажання щодо кожного з елементів SCARF-моделі.

- Розробіть індивідуальний підхід до кожного співробітника, урахувавши їхні потреби та бажання.

- Забезпечте можливість співробітникам брати участь у прийнятті рішень та використовувати свою творчість у своїй роботі.

- Розвивайте комунікацію між співробітниками та керівництвом, забезпечуючи можливість висловлювати свої думки та ідеї.

- Забезпечте справедливість у поводженні з працівниками відповідно до їхнього внеску в роботу.

- Проводьте навчання та розвиток співробітників, допомагаючи їм здобувати нові знання та навички, що збільшить їх впевненість у своїй роботі.

- Створіть систему мотивації, яка враховує п'ять елементів SCARF-моделі, і забезпечуйте своїх співробітників статусом, впевненістю, автономією, взаємозв'язком та справедливістю.

• Постійно оцінюйте ефективність впровадження SCARF-моделі мотивації та коригуйте її, якщо необхідно.

Спираючись на рекомендації щодо впровадження SCARF-моделі на підприємствах України, можна сказати, що використання SCARF-мотиватора може бути корисним інструментом для підвищення мотивації працівників та збільшення їхньої продуктивності.

Для успішного впровадження SCARF-мотиватора на підприємстві важливо ретельно вивчити потреби та очікування своїх працівників, забезпечити комунікацію та взаємодію між керівництвом та працівниками, а також врахувати специфіку бізнесу та ринку, на якому працює підприємство.

Упровадження SCARF-мотиватора може допомогти збільшити задоволеність працівників роботою, знизити рівень втрати кадрів, підвищити рівень продуктивності та якості продукту або послуги, а також сприяти розвитку корпоративної культури та підвищенню ефективності підприємства в цілому.

Отже, упровадження SCARF-мотиватора на підприємствах України може бути важливим кроком у покращенні умов праці та досягненні успіху в бізнесі.