

УДК 304.2:159.947.23
JEL Classification: M5, J3

Маклаков С.М.,
здобувач кафедри економіки та підприємництва,
Центральноукраїнський національний технічний університет*

СОЦІАЛЬНІ ЛІФТИ І ТЕХНОЛОГІЇ ЇХ ВПРОВАДЖЕННЯ В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ МОТИВАЦІЇ

Постановка проблеми. Проблематика соціальних ліфтів набула надзвичайної гостроти в Україні, де в умовах соціальної нерівності без протекції, зв'язків та грошей талановитій людині практично неможливо потрапити на роботу в органи державного управління, швидко досягти кар'єрного зростання та зайняти провідні посади у багатьох установах або на підприємствах. Революція гідності цю проблему не вирішила. Закритість соціальних ліфтів руйнує трудові цінності, деформує мотивацію населення до ефективної праці та освітньо-професійного зростання, уповільнює прогресивний розвиток українського суспільства, підвищення конкурентоспроможності підприємств. Цивілізоване розв'язання зазначеної проблеми є неможливим без дослідження сутності природи соціальних ліфтів і технологій їх впровадження в системі соціально-економічної мотивації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На необхідність створення соціальних ліфтів у своїй наукових працях акцентують увагу науковці Болотська О., Дроботенко М., Коваліско Н., Половець В., Сакало О., Сорокін П. та інші. В контексті проблем подолання соціальної нерівності і гармонізації соціально-трудова відносин розглядають завдання створення соціальних ліфтів Лібанова Е., Колот А., Семикіна М. та інші вчені. Водночас недостатньо вивченими залишаються технології впровадження соціальних ліфтів в системі соціально-економічної мотивації, що знижує ефективність такої мотивації на практиці.

Постановка завдання. Мета статті полягає в обґрунтуванні сутності соціальних ліфтів в межах соціально-економічної мотивації персоналу, визначенні технологій впровадження соціальних ліфтів суб'єктами бізнесу відносно найманих працівників та критеріїв зміни соціального статусу працівника на основі руху соціальним ліфтом.

*Науковий керівник: Семикіна М.В. – д-р екон. наук, проф., зав. кафедри економіки та підприємництва Центральноукраїнського національного технічного університету

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціально-економічна мотивація персоналу виступає рушійною силою, що економічно і соціально спонукає персонал до ефективної праці та освітньо-професійного зростання. В основі створення дієвих важелів соціально-економічної мотивації підприємств лежать потреби персоналу. В їхній ієрархії вищий рівень формують потреби реалізації і розвитку. Наявність таких потреб у працівника є важливою умовою його ефективної соціально-економічної мотивації. З іншого боку, мотиваційні впливи теж мають бути спрямованими на посилення значущості потреб вищого рівня, які спонукають до неперервного навчання, розвитку та, як результат, схильності до інноваційної діяльності (рис. 1).



Рис. 1. Пріоритетні цілі соціально-економічної мотивації в контексті задоволення потреб персоналу

Джерело: складено за [1; 2, с. 12]

У системі методів соціально-економічної мотивації (соціальній групі) важливе місце займає створення сприятливих умов розвитку і кар'єрного зростання. Застосування даного методу забезпечує соціальну наслідковість мотивації – розвиток персоналу та покращення його соціального статусу.

Розвиток і кар'єрне зростання, базуючись на потребі самовираження, формують відповідні інтереси й очікування працівника. Вони можуть проявлятися як на етапі прийняття на роботу, так і посилюватися у ході трудової діяльності. Як правило, для більшості працівників інтерес розвитку і кар'єрного зростання є домінуючим. Дуже сильно це залежить від рівня добробуту конкретної особи, що детермінує ціннісне сприйняття різних потреб в ієрархії. У випадку походження з бідної родини, для працівника може виявлятися деформоване ціннісне прийняття оплати праці з нівелюванням значущості чинника кар'єрного росту. Однак в умовах поступового зростання рівня добробуту суспільства (в Україні цей процес має приховані, зумовлені тіньювою зайнятістю ознаки з частим невідображенням реальних доходів населення), для більшості економічно активного населення чинник кар'єрного просування є вагомим. Як підтвердження, згідно результатів загальнонаціонального опитування «Українське покоління Z: цінності та орієнтири», для 82% молоді важливими при виборі роботи є кар'єрні можливості; серед топових чинників фігурують також дохід (96%), стабільність (94%), можливість досягти певних цілей (84%); серед останніх місць – можливість зробити щось цінне для суспільства (72% вважають), що наразі обмежує орієнтир на інноваційну діяльність з соціальною метою [3, с. 78]. Цінність кар'єрних можливостей збільшує рівень «еластичності» мотивації, тобто міри чутливості працівника до впливу факторів мотивації, запропонованих підприємством, яка проявляється у зміні ефективності його діяльності та характеризує збільшення (зменшення) функціональної віддачі при зміні витрат підприємства на мотиваційні фактори [4, с. 8-9].

Кар'єрне зростання є фактом використання працівником можливостей професійно-кваліфікаційного просування на підприємстві. Це залежить від його потреб і мотивів, які можуть проявлятися як вимушено згідно інтересів працівника (цінність розвитку і кар'єрного зростання), так і орієнтуватись на формування таких інтересів. Підприємства мають пропонувати конкретні схеми професійно-кваліфікаційного просування для різних категорій персоналу, вказуючи в них вимоги відповідності новій посаді рівня кваліфікації працівника, яка повинна постійно підвищуватись. Наслідком професійно-кваліфікаційного просування має також бути підвищення особистісного соціального статусу працівника (рис. 2).

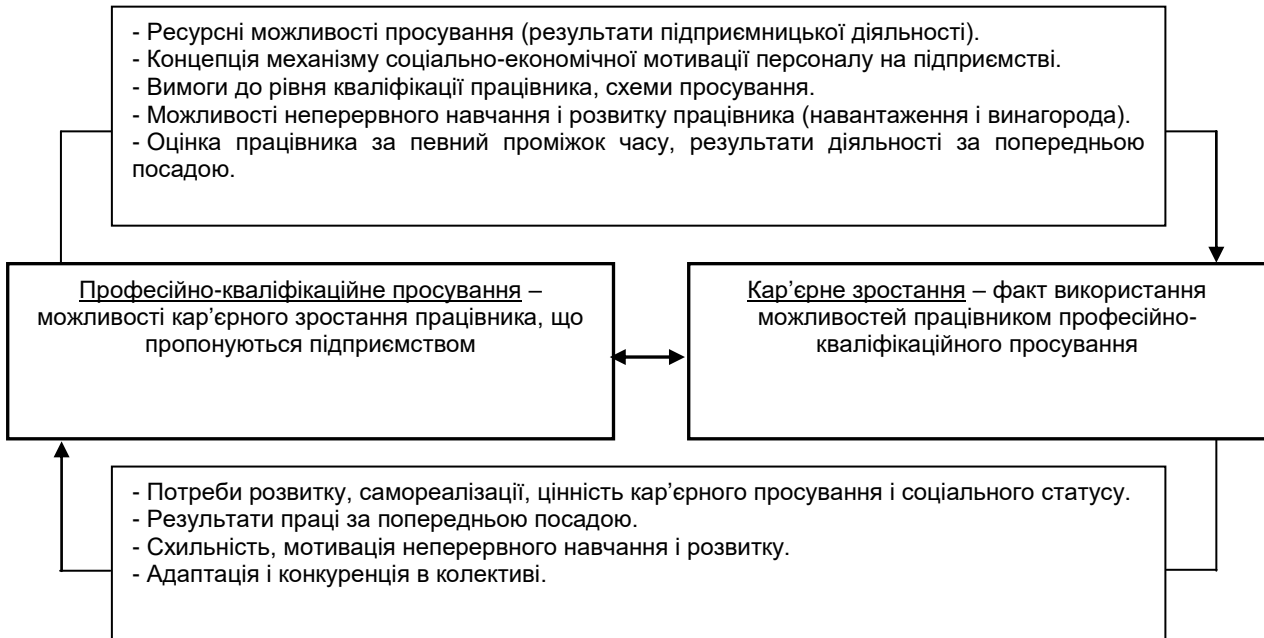


Рис. 2. Зв'язок професійно-кваліфікаційного просування і кар'єрного зростання працівників на підприємстві

Джерело: побудовано автором

У поточних умовах одним з показових трендів розвитку сфери зайнятості є гнучкість її форм, орієнтація на креативність та інноваційні результати діяльності. Інформаційна економіка трансформує можливості використання і розвитку інтелектуально-трудового потенціалу населення та вимагає впровадження новітніх технологій прикладання праці. У результаті сучасна людина, як правило, не обмежує себе одним напрямком діяльності, а поєднує різні сфери. Поширеною є практика вторинної зайнятості, поєднання трудової діяльності з діяльністю в сферах політики, розвитку громади, самозайнятості і т. д. За таких умов розгляд розвитку і кар'єрного зростання у межах підприємства звучує бачення можливостей сучасної людини у задоволенні потреб вищого порядку. Однією з актуальних категорій, яка відображає цілеорієнтованість соціально-економічної мотивації щодо розвитку і кар'єрного зростання, є «соціальний ліфт». Він розширює зміст мотиваційного впливу з врахуванням не лише можливостей розвитку в межах організації, але й у суспільстві в цілому.

Американський учений П. Сорокін виділяв вісім «ліфтів», за якими професійні особистості рухаються вгору за соціальними стратами – освіту, армію, церкву, політику, мистецтво, засоби масової інформації, бізнес і сім'ю [5, с. 747-748; 6, с. 22]. Таким чином, бізнес та середовище реалізації інтелектуально-трудового потенціалу, яке він формує, є важливим суб'єктом, що забезпечує рух соціальним ліфтом. Окрім того, суб'єкти бізнесу мають взаємодіяти з іншими інститутами задля формування цілісної об'єктивно-організованої системи розвитку суспільства. Це важливе завдання на різних управлінських рівнях. Як стверджують українські соціологи, в економічному житті «зламаний» соціальний ліфт викликає стагнацію продуктивності праці, відсутність інновацій, низьку активність малого і середнього бізнесу [7, с. 60]. Такі деструктивні наслідки слід максимально нівелювати.

Соціальний ліфт опонує явищам «золотих комірців» і так званої «макджоб» («McJob»), що передбачає працю без перспективи кар'єрного зростання з низькими вимогами до рівня кваліфікації [8; 9].

Рух соціальним ліфтом розкриває вертикальну соціальну мобільність персоналу. За своїм змістом вона відображає переміщення індивіда чи соціальної групи в системі соціальної стратифікації [10, с. 342]. Це результуюча дія забезпечення професійного і міжпрофесійного просування на підприємстві. Фактично інституціалізація соціальних ліфтів у системі мотивації персоналу

підприємства є наступним кроком у забезпеченні професійного і міжпрофесійного просування та врешті соціальної мобільності. Соціальна мобільність відображає дієвість соціально-економічної мотивації з погляду інституційних ефектів, що орієнтовані на покращення характеристик штату персоналу. Якщо підприємство обрало довгострокову стратегію розвитку, то в будь-якому разі воно змушене докладати зусиль для розвитку свого персоналу з відображенням на його кар'єрному зростанні та соціальній мобільності (рис. 3).

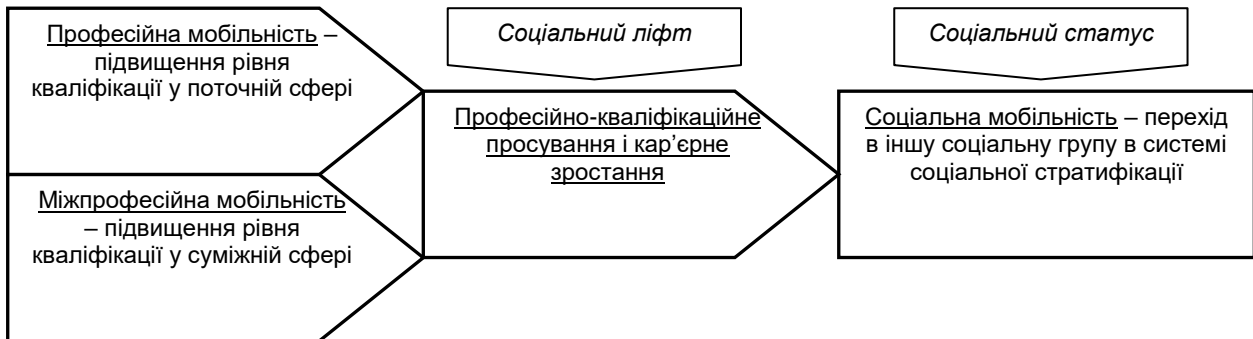


Рис. 3. Соціальний ліфт в алгоритмі формування соціальної мобільності населення
Джерело: побудовано автором

Розглянемо більш детально, яким чином підприємство може створювати соціальні ліфти для своїх працівників. Сам по собі соціальний ліфт виникає в умовах вертикальної мобільності, яка присутня у тій чи іншій мірі в будь-якому суспільстві, адже між прошарками повинні існувати певні «мембрани», «отвори», «сходи», «шляхи», по яких дозволено індивідам рухатися вгору чи вниз із одного прошарку в інший (канали соціальної циркуляції) [11, с. 112]. При цьому суб'єкти бізнесу є важливими інститутами у продукуванні технологій впровадження соціальних ліфтів. Технології відображають:

- яким чином працівник (реальний чи потенційний) може змінювати свій соціальний статус на підприємстві;
- на основі яких критеріїв працівник може змінювати свій соціальний статус на підприємстві;
- які часові, посадові, статусні і мотиваційні межі професійно-кваліфікаційного просування працівника.

Технології впровадження соціальних ліфтів через інститут бізнесу формуються, на наш погляд, завдяки певній схемі професійно-кваліфікаційного просування. При цьому роль «сита» («фільтру») виконує факт кар'єрного зростання, що засвідчує, наскільки той чи інший працівник використовує можливості професійно-кваліфікаційного просування на конкретному підприємстві (рис. 4). Такий взаємовплив залежить від багатьох чинників. Вміння адаптуватись до них є ознакою успішності працівника у використанні можливостей забезпечення вертикальної соціальної мобільності.



Рис. 4. Технологія впровадження соціальних ліфтів суб'єктами бізнесу відносно персоналу

Джерело: побудовано автором

Важливим елементом технології впровадження соціальних ліфтів суб'єктами бізнесу є визначення схем професійно-кваліфікаційного просування та критеріїв зміни соціального статусу.

Схеми професійно-кваліфікаційного просування – це усталені можливості зміни посади та обов'язків для різних професійних груп працівників, що мають часову вимірність та освітньо-кваліфікаційні вимоги. Такі схеми можуть бути типові для окремих професійних груп і посад та індивідуальні – розроблені конкретно під кожного працівника. Також потрібно диференціювати часові рамки можливостей професійно-кваліфікаційного просування, пропонуючи «швидкісні» варіанти для окремих працівників. Однак таку практику слід проводити дуже обережно, щоб не викликати негативного ставлення решти персоналу щодо особливого відношення з боку керівництва до окремих працівників.

Інший спосіб впровадження соціальних ліфтів суб'єктами бізнесу – це організація і проведення, а також підтримка *професійного навчання персоналу*. Право на професійне навчання належить до складового елемента права на захист від безробіття та поєднує в собі дві групи норм, які: 1) спрямовані на працевлаштування і захист від безробіття; 2) забезпечують просування по роботі, враховуючи кваліфікацію [12, с. 149]. Підприємство через професійне навчання бере на себе обов'язок інвестицій в інтелектуально-трудова потенціал своїх працівників, несучи прямі (оплата навчання та її організація) та опосередковані (часові з відображенням на результатах праці) втрати.

Міра важливості професійного навчання персоналу дуже сильно залежить від сфери, в якій здійснює свою діяльність підприємство. Більшість сфер сучасної економіки дотримуються інноваційної моделі розвитку, тому потребують постійного підвищення рівня кваліфікації фахівців і робітників. Специфіка завдання професійного навчання переводить його у правову площину. Особливо це стосується виробничої сфери. У зв'язку з цим у чинному законодавстві України діє Положення про професійне навчання працівників на виробництві, яке регламентує правові аспекти формального навчання через курси цільового призначення, стажування та ін. [13]. Чинним є Порядок підтвердження результатів неформального професійного навчання осіб за робітничими професіями [14]. Також дуже важливим нормативом є Закон України «Про професійний розвиток працівників», який визначає професійне навчання працівників як процес цілеспрямованого формування у них спеціальних знань, розвиток необхідних навичок та вмінь, що дають змогу підвищувати продуктивність праці, максимально якісно виконувати функціональні обов'язки, освоювати нові види професійної діяльності, що включає первинну професійну підготовку, перепідготовку і підвищення кваліфікації працівників відповідно до потреб виробництва [15].

Національний стандарт ДСТУ ISO 10015:2008 «Настанови щодо навчання персоналу» визначає низку процедурних питань даного процесу, в основі якого – компетентність, що відображає використання у діяльності знань, навичок й особистих здібностей [16]. Власне, професійне навчання має бути орієнтованим на підвищення компетентності працівників.

Таким чином, в Україні розроблена правова основа професійного навчання персоналу, який нами розглядається з позиції впровадження суб'єктами бізнесу соціальних ліфтів. Менеджмент підприємства може організовувати різні навчальні заходи, або оплачувати повністю чи компенсувати частково витрати на навчання в інших структурах. Таке навчання може бути як формальним (з отриманням в кінці документу про підтвердження здобутого освітньо-кваліфікаційного рівня), так і неформальним (без офіційного документу, але з наданням нових навичок та знань). Також професійне навчання може бути з відривом або без відриву від виробництва (трудова процесу).

Основними *способами професійного навчання персоналу* можуть бути наступні:

- формально-навчальні – професійно-технічна, вища, післядипломна освіта (у тому числі, аспірантура/докторантура);
- неформально-навчальні – семінари, тренінги, курси і т. д., різні форми дистанційного навчання, які стосуються прямих професійних обов'язків та суміжних напрямків (наприклад, вивчення іноземних мов);
- виробничо-навчальні – стажування, практика, інші форми вивчення досвіду інших суб'єктів, консультування;
- ситуативно-навчальні – проведення нарад, зустрічей, різних організаційних заходів, делегування нових повноважень;
- міжпрофесійної співпраці – кураторство (менторство), різні форми кооперації (створення робочих груп), викладання (проведення тренінгів) і т. д.;
- міжінституційної співпраці – представництво в різних державних, профспілкових, громадських, дорадчих, кластерних та інших структурах;
- презентаційної діяльності – відрядження, участь у різних конференціях, ярмарках, конференціях, круглих столах і т. д.

В умовах глобалізації дуже важливо забезпечувати професійне навчання з можливістю участі в різних заходах за кордоном. Це надзвичайно цінний досвід для кожного працівника з отриманням не лише нових навичок, відмінних від тих, які практикуються у звичному середовищі, але й зміною світоглядних та ціннісних орієнтирів.

У сучасних ринкових умовах та із загостренням конкурентної боротьби між працівниками виникає нова ситуація щодо впровадження соціальних ліфтів бізнесом. Окрім того, що вони можуть

пропонувати схеми професійно-кваліфікаційного просування для своїх працівників, вони можуть *створювати умови для саморозвитку з погляду формування різнобічної особистості*. Це означає, що працівник, виходячи з особистісних потреб і мотивів, спроможний самостійно забезпечувати свій неперервний розвиток і навчання, однак потребує для цього створення відповідних умов. Доволі часто «бюрократичний» менеджмент не схвалює різнобічну діяльність працівника, намагаючись «ввігнати» його у визначені рамки виконання професійних обов'язків. Разом з тим, такий підхід може призвести до неефективного використання інтелектуально-трудового потенціалу працівника та нівелювання ймовірних ефектів у майбутньому. Такими ефектами можуть бути:

- політичне лобі – за умов політичної кар'єри працівника;
- соціальна відповідальність – за умов активної участі працівника у різних громадських структурах;
- соціальна відповідальність перед персоналом – за умов активної участі працівника у різних профспілкових структурах, у тому числі вищого управлінського рівня;
- розширення ділових партнерів та диференціація сегментів ринку – за умов здійснення працівником підприємницької діяльності (самозайнятості, ведення малого і середнього бізнесу);
- розширення інститутів співпраці з некомерційних сфер, зокрема науки і освіти – за умов здійснення вторинної освітньої чи наукової діяльності;
- розширення інститутів співпраці з сфер культури, спорту, туризму – за умов здійснення вторинної культурно-мистецької, спортивної, екскурсійної й іншої діяльності та інші варіанти.

Тобто менеджмент обирає модель розвитку персоналу в контексті поєднання різних видів діяльності та формування різнобічної особистості, виходячи з цілей діяльності та специфіки сфери господарювання (рис. 5).



Рис. 5. Моделі мотивації і розвитку персоналу в контексті сприяння формуванню різнобічної особистості працівника

Джерело: побудовано автором

Більшість сучасних підприємств відходять від моделі зайнятості за жорстким робочим графіком та з обмеженими можливостями вторинної зайнятості/діяльності. Такий тренд особливо виправданий для сфер господарювання, для яких важливими є творчість та креативність працівників, їх різнобічна активність і розвиток.

Таким чином, суб'єкти бізнесу можуть використовувати три основні варіанти впровадження соціальних ліфтів – схеми професійно-кваліфікаційного просування, професійне навчання і створення умов для саморозвитку і самореалізації з формуванням всебічної особистості працівника, в тому числі з можливістю вторинної зайнятості/діяльності. Слідуючи одному з варіантів, суб'єкт бізнесу ризикує втратити фахівця чи робітника, який набув вищого соціального статусу. Однак, як правило, бізнес

може себе забезпечувати зобов'язанням персоналу відпрацювати певний період часу через різні неформальні домовленості та контракти умови. Кращою тактикою має бути підвищення дієвості мотиваційного впливу на працівника, який відзначився позитивним досвідом кар'єрного зростання.

У результаті доступу до соціальних ліфтів працівник отримує можливість змінити свій соціальний статус. Соціальний статус за своїм змістом є складною і різнобічною категорією, що оцінюється через різні критерії. З науково-практичної точки зору важливо уточнити, які *критерії зміни соціального статусу* працівника, що відображають його місце в системі соціальної стратифікації:

1) *економічні*:

- дохід та його відображення в економічних індикаторах багатства і власності;
- впевненість у завтрашньому дні, базована на стабільному доході;

2) *професійні*:

- професія та її значення для інших членів соціуму;
- кваліфікація й освіта;
- компетентність;
- досвід, зокрема тривалість трудового стажу, практика навчання/праці за кордоном, у статусних фірмах і т. д.;

3) *владні*:

- права і привілеї, зокрема доступ до можливостей професійно-кваліфікаційного просування, до певних видів інформації, зустрічей, різних винагород і т. д.;
- обов'язки, виконання яких підтверджує статусність працівника, залежність від його дій інших;
- авторитет з відображенням на силі впливу щодо інших членів соціуму;
- влада з відображенням на приналежності до певних політичних сил, державно-управлінських структур та з можливістю відстоювання різних інтересів.

Виходячи з результатів останніх досліджень у сфері соціально-економічної мотивації [17], особливу групу *критеріїв зміни соціального статусу працівника* мають формувати професійні характеристики. Вони відображають у часі змінність *професійного соціального статусу* працівника. Вагомим його вимірником є значення професії для інших членів соціуму. У науковій літературі в даному сенсі виділяють поняття соціально-професійного статусу, що вміщує вивчення статусу професійної групи чи професії в соціумі, тобто визначає престиж професійної групи серед інших професій, вивчає рівень професійної кваліфікації в соціальній системі, відображає, наскільки результат діяльності певної професійної групи має значення для соціальної системи [18, с. 129].

Хоча суб'єкти бізнесу є важливими інститутами впровадження соціальних ліфтів, актуально розуміти, чи мають вони для цього достатні ресурсні можливості і мотивацію. Щодо цього проявляється дуже сильний вплив зовнішнього середовища. В основі характеру такого впливу має бути *інтерес держави до функціональності соціальних ліфтів на рівні бізнес-середовища*. Такий інтерес має проявлятися щодо:

- 1) оптимізації соціальної структури з формуванням потужного середнього класу та виокремленням так званого класу креаторів;
- 2) долання маргіналізації суспільства, що породжує відчуття соціальної нерівності й несправедливості та суттєво впливає на мотивацію до інноваційної діяльності в бізнес-середовищі;
- 3) неперервного розвитку персоналу на рівні підприємств, що буде проявлятися у розвитку інтелектуально-трудоного потенціалу населення та, як наслідок, на показниках соціально-економічного розвитку країни.

З наведеного переліку звертаємо увагу на те, що для українського суспільства актуальною є функціональність соціальних ліфтів з метою долання його маргінальності. Для нашої держави її прояв має свою специфіку: по-перше, вона викликана значною спадаючою мобільністю в умовах загальної кризи й радикальних реформ; по-друге, вона носить переважно змушений характер під впливом зовнішніх факторів, пов'язаних із соціально-економічною й соціокультурною трансформацією суспільства в цілому, яка, в свою чергу, призвела до зміни або повної втрати пов'язаного з ним соціального середовища, соціальних зв'язків й системи ціннісних орієнтацій соціальних груп, які раніше мали високий статус [19].

Функціонування соціальних ліфтів у бізнес-середовищі має забезпечувати якісні зміни в соціальній структурі суспільства з формуванням середнього і креативного класу. Щодо середнього класу базовим критерієм має бути стабільний дохід, що наразі особливо актуально для українського суспільства. Стабілізація доходів населення є важливою умовою долання ціннісних деформацій з надмірним домінуванням матеріальних потреб та поступовою переорієнтацією на інші сфери життєдіяльності та інтересів.

Що стосується *креативного класу*, то соціальні ліфти, впроваджені суб'єктами бізнесу на основі моделі формування різнобічної особистості працівника, є одним з ефективних шляхів його становлення в Україні. Це корелює з індикаторами дієвості соціально-економічної мотивації:

- в економічному блоці – ефективна праця з ознаками інноваційності;

– у соціальному блоці – саморозвиток, захищеність, соціальний статус/соціальне значення результатів праці.

Завдячуючи соціальним ліфтам, мотивація персоналу набуває більшої ефективності, а персонал – бажаних конкурентних переваг в знаннях та компетенціях, що є цінним для конкурентоспроможності підприємства [17; 20].

Особи, приналежні до креативного класу, характеризуються потребами неперервного розвитку, нестандартним мисленням та результатами інноваційної діяльності. Ці характеристики відповідають цільовій наслідковості соціально-економічної мотивації. Оскільки креативність вступає в постійний конфлікт з організацією, що є однією із найважливіших проблем сучасної епохи, то це суттєво змінює підходи соціально-економічної мотивації персоналу для більшості підприємств, навіть які здійснюють діяльність у традиційних секторах економіки [21, с. 78]. Така змінність відображається в переорієнтації методів мотивації на інші цілі (табл. 1).

Таблиця 1

Цілі соціально-економічної мотивації працівників з потенціалом формування креативного класу

№ з/п	Ціль	Методи і способи
1	Розрізнення осіб з креативними характеристиками (реальних і потенційних)	<ul style="list-style-type: none"> - співбесіди (особливо при прийомі на роботу); - оцінювання (атестація, тестування, опитування, різні експертні методи); - зворотний зв'язок.
2	Створення умов для креативної діяльності (творчість, нестандартність, інноваційність)	<ul style="list-style-type: none"> - матеріальне стимулювання (базове і додаткове) за результатами креативної діяльності, зокрема встановлення певного відсотка до заробітної плати за творчу ініціативність, премія за впровадження інновації, виконання зобов'язань, що не входять у коло обов'язкових і т. д.; - створення умов професійно-кваліфікаційного просування з вагомістю критеріїв професіоналізму, освітньо-кваліфікаційного рівня, неперервного (само)розвитку; - створення умов професійного навчання, доступ до всіх можливих його форм; - збагачення змісту праці, змінність обов'язків, самостійність, спостереження за станом виконання; - досконале матеріально-технічне й інформаційне забезпечення робочого місця та виконання професійних обов'язків; - узгодження сприятливого режиму робочого часу (допустимість гнучкого графіку); - підтримка мобільності працівника (професійні та особистісні поїздки, що сприяють всебічному розвитку особистості); - формування норм корпоративної культури з практикою спільної творчої, спортивної, громадської та інших видів непрофесійної (вторинної) діяльності.

Джерело: побудовано автором

Формування креативного класу в суспільстві через впроваджені в бізнес-середовищі соціальні ліфти є підтвердженням інноваційної складової його діяльності. Якщо бізнес є конкурентоздатним та орієнтованим на інноваційні підходи діяльності й розвитку, то так чи інакше він мусить створювати умови для креативної діяльності своїх працівників, а відтак і формування креативного класу.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, результати проведеного дослідження дають підстави стверджувати, що одним з важливих інститутів, що впроваджують соціальні ліфти з можливістю зміни населенням соціального статусу, є підприємства. Вважаємо, що за нинішніх умов український бізнес у співпраці з громадськими структурами реально може покращити ситуацію щодо соціальної стратифікації суспільства на основі спрямування важелів соціально-економічної мотивації у напрямі професійного розвитку персоналу. Підприємства володіють технологіями впровадження соціальних ліфтів через можливості професійно-кваліфікаційного просування, професійного навчання та створення умов саморозвитку. Розвиток інформаційної економіки з посиленням креативного сектору змушує більшість підприємств змінювати підходи до використання і розвитку інтелектуально-трудоного потенціалу своїх працівників. На зміну «бюрократичної» моделі мотивації і розвитку персоналу приходить прогресивна модель, орієнтована на створення гнучких умов для працівників з можливістю їх всебічного розвитку і поєднання різних видів діяльності. В разі розуміння підприємцями корисності від впровадження соціальних ліфтів буде вирішено чимало проблем у сфері зайнятості, які виникають у зв'язку з неефективним використанням інтелектуально-трудоного потенціалу населення та фактичною руйнацією можливостей його розвитку.

Бібліографічний список

1. Maslow A. A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*. 1943. V. 50. No. 4. P. 370-396. URL: <http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm> (дата звернення: 05.08.2018).
2. Дем'янчук О.П. Піраміда Маслоу як методологія пояснення політичної участі. URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/2105/Demianchuk_Piramida_Maslou.pdf (дата звернення: 05.08.2018).
3. Українське покоління Z: цінності та орієнтири: Загальнонаціональне опитування Центру «Нова Європа» / Ред. К. Зарембо. Київ: Фонд ім. Фрідріха Еберта, 2017. 136 с.
4. Гуцан О.М. Формування системи мотивації виробничого персоналу на машинобудівному підприємстві: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Харків, 2015. 22 с.
5. Сорокин П. Социальная и культурная динамика: исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права и общественных отношений / Пер. с англ. Санкт-Петербург: РХГИ, 2000. 1056 с.
6. Дроботенко М.М. Соціальні ліфти для обдарованої молоді – як необхідність виховання і підготовки еліти нації. *Освіта та розвиток обдарованої особистості*. 2014. № 5. С. 20-23.
7. Коваліско Н. Соціальний ліфт як чинник структуривання сучасного українського суспільства. *Український соціологічний журнал*. 2014. № 1-2. С. 59-64.
8. Golden Collar Awards. Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Golden_Collar_Awards (дата звернення: 07.08.2018).
9. McJob: Wikipedia. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/McJob> (дата звернення: 07.08.2018).
10. Соціальна енциклопедія / редкол.: В.Г. Городяненко (уклад); В.І. Термко (кер. видавн. проекту) та ін. Київ: Академвидав, 2008. 456 с.
11. Половець В.М. Питирим Сорокін: концепція соціальної мобільності. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія: Психологічні науки*. 2014. Вип. 121(2). С. 110-113.
12. Іванова Ю.С. Поняття професійного навчання працівників: теоретико-правовий аналіз. *Право та інновації*. 2014. № 4. С. 148-155.
13. Про затвердження Положення про професійне навчання працівників на виробництві: Наказ Міністерства праці та соціальної політики України, Міністерства освіти і науки України від 26.03.2001 року № 127/151. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0315-01> (дата звернення: 08.08.2018).
14. Про затвердження Порядку підтвердження результатів неформального професійного навчання осіб за робітничими професіями: затв. Постановою Кабінету Міністрів України від 15.05.2013 року № 340. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/340-2013-%D0%BF#n9> (дата звернення: 08.08.2018).
15. Про професійний розвиток працівників: Закон України від 05.07.2012 року № 5067-VI. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4312-17> (дата звернення: 08.08.2018).
16. ДСТУ ISO 10015:2008 (ISO 10015:1999, IDT) Національний стандарт України. Управління якістю. Наставови щодо навчання персоналу. URL: <http://metrology.com.ua/download/iso-iec-ohsas-idr/61-iso/232-dstu-iso-10015-2008> (дата звернення: 08.08.2018).
17. Семикіна М.В. Нова парадигма мотивації праці в системі розвитку соціально-трудова відносин. *Економіка і управління: научно-практичний журнал*. 2011. № 3. С. 111-117.
18. Васильєва С.О. Сутність поняття «професійний статус» у сучасних наукових дослідженнях. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2014. Вип. 36. С. 127-133.
19. Болотська О.А. Чинники соціальної мобільності сучасної молоді в контексті реформування системи вищої освіти. *Науковий вісник Донбасу*. 2012. № 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvd_2012_4_24 (дата звернення: 09.08.2018).
20. Семикіна М.В., Іщенко Н.А. Мотивація ефективної зайнятості: пошук оптимальної стратегії: монографія. Кіровоград: КОД, 2012. 216 с.
21. Сакало О.Є. Креативний клас як провідна група сучасного суспільства. *Грані*. 2015. № 8. С. 77-80.

References

1. Maslow, A. (1943), A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*. Vol. 50, no. 4, pp. 370-396, available at: <http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm> (access date August 05, 2018).
2. Demianchuk, O.P. "Maslow pyramid as a methodology for explaining political participation", available at: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/2105/Demianchuk_Piramida_Maslou.pdf (access date August 05, 2018).
3. Zarembo, K. (2017), *Ukrainske pokolinnia Z: tsinnosti ta oriientyry: Zahalnonatsionalne opytuvannia Tsentru «Nova Yevropa»* [Ukrainian generation Z: values and benchmarks: National survey of the "New Europe" Center], Fond im. Fridrikha Eberta, Kyiv, Ukraine, 136 p.
4. Hutsan, O.M. (2015), "Formation of the system of motivation of production personnel at the machine-building enterprise", Thesis abstract of Cand. Sc. (Econ.), 08.00.04, Kharkiv, Ukraine, 22 p.

5. Sorokin, P. (2010), *Sotsialnaia i kulturnaia dinamika: issledovanie izmeneniy v bolshikh sistemakh iskusstva, istiny, etiki, prava i obshchestvennykh otnosheniy* [Social and cultural dynamics: the study of changes in large systems of art, truth, ethics, law and social relations], RKhGI, St.-Peterburg, Russia, 1056 p.
6. Drobotenko, M.M. (2014), "Social lifts for gifted youth – as a need to educate and train the elite of the nation", *Osvita ta rozvytok obdarovanoi osobystosti*, no. 5, pp. 20-23.
7. Kovalisko, N. (2014), "Social lift as a factor in the structuring of modern Ukrainian society", *Ukrainskyi sotsiologichnyi zhurnal*, no. 1-2, pp. 59-64.
8. Golden Collar Awards. Wikipedia, available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Golden_Collar_Awards (access date August 07, 2018).
9. Microbe. Wikipedia, available at: <https://en.wikipedia.org/wiki/McJob> (access date August 07, 2018).
10. Horodianenko, V.H. and Termko, V.I. (2008), *Sotsialna entsyklopediia* [Social Encyclopedia], Akademvydav, Kyiv, Ukraine, 456 p.
11. Polovets, V.M. (2014), "Pitirim Sorokin: The concept of social mobility", *Visnyk Chernihivskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu. Seriya: Psyholohichni nauky*, Iss. 121(2), pp. 110-113.
12. Ivanova, Yu.S. (2014), "Concept of professional training of employees: theoretical and legal analysis", *Pravo ta innovatsii*, no. 4, pp. 148-155.
13. Ministerstvo pratsi ta sotsialnoi polityky Ukrainy, Ministerstvo osvity i nauky Ukrainy (2001), *Pro zatverdzhennia Polozhennia pro profesiine navchannia pratsivnykiv na vyrobnytstvi* [About the approval of the Regulation on the professional training of workers in the workplace], Nakaz dated 26.03.2001 no. 127/151, available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0315-01> (access date August 08, 2018).
14. Kabinet Ministriv Ukrainy (2013), *Pro zatverdzhennia Poriadku pidtverdzhennia rezultativ neformalnoho profesiinoho navchannia osib za robitnychymy profesiiamy* [About approval of the Procedure for confirmation of the results of informal vocational training of persons by workers' professions], Postanova KМУ dated 15.05.2013 no. 340, available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/340-2013-%D0%BF#n9> (access date August 08, 2018).
15. Verkhovna Rada Ukrainy (2012), *Pro profesiinyi rozvytok pratsivnykiv* [About the professional development of employees], Zakon Ukrainy dated 05.07.2012 no. 5067-VI, available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4312-17> (access date August 08, 2018).
16. DSTU ISO 10015:2008 (ISO 10015:1999, IDT), *Natsionalnyi standart Ukrainy. Upravlinnia yakistiu. Nastanovy shchodo navchannia personalu* [National standard of Ukraine. Quality management. Staff training guidelines], available at: <http://metrology.com.ua/download/iso-iec-ohsas-i-dr/61-iso/232-dstu-iso-10015-2008> (access date August 08, 2018).
17. Semykina, M.V. (2011), "New paradigm of labor motivation in the system of development of social and labor relations", *Ekonomika i upravlenie: nauchno-prakticheskiy zhurnal*, no. 3, pp. 111-117.
18. Vasylieva, S.O. (2014), "The essence of the concept of "professional status" in modern scientific research", *Pedahohika formuvannia tvorchoi osobystosti u vyshchii i zahalnoosvitnii shkolakh*, Iss. 36, pp. 127-133.
19. Bolotska, O.A. (2012), "Factors of social mobility of modern youth in the context of reforming the system of higher education", *Naukovyi visnyk Donbasu*, no. 4, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvd_2012_4_24 (access date August 09, 2018).
20. Semykina, M.V. and Ishchenko, N.A. (2012), *Motyvatsiia efektyvnoi zainiatosti: poshuk optimalnoi stratehii* [Motivation for effective employment: finding the optimal strategy], monograph, KOD, Kirovohrad, Ukraine, 216 p.
21. Sakalo, O.Ye. (2015), "Creative class as a leading group of modern society", *Hrani*, no. 8, pp. 77-80.

Маклаков С.М. СОЦІАЛЬНІ ЛІФТИ І ТЕХНОЛОГІЇ ЇХ ВПРОВАДЖЕННЯ В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ МОТИВАЦІЇ

Мета. Дослідити сутність соціальних ліфтів в межах соціально-економічної мотивації персоналу, визначити технології впровадження соціальних ліфтів суб'єктами бізнесу відносно найманих працівників та критеріїв зміни соціального статусу працівника на основі руху соціальним ліфтом.

Методика дослідження. Теоретичною базою дослідження є наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених з проблем соціальної мобільності, створення соціальних ліфтів в системі соціально-економічної мотивації. У процесі роботи були використані загальнонаукові та спеціальні методи і прийоми: аналітичний – для збирання, узагальнення та обробки наукової інформації; абстрактно-логічний – для аналізу та систематизації матеріалу; табличний та графічний – для наочного представлення теоретичних положень та висновків дослідження.

Результати. Визначено пріоритетні цілі соціально-економічної мотивації в контексті задоволення потреб персоналу. Розкрито зв'язок професійно-кваліфікаційного просування і кар'єрного зростання працівників на підприємстві. Обґрунтовано сутність соціального ліфту та його роль в алгоритмі формування соціальної мобільності населення. Визначено технології впровадження соціальних ліфтів суб'єктами бізнесу відносно персоналу. Запропоновано моделі мотивації і розвитку персоналу в контексті сприяння формуванню різнобічної особистості працівника. Встановлено цілі соціально-економічної мотивації працівників з потенціалом формування креативного класу.

Наукова новизна. Вперше запропоновано технологію впровадження соціальних ліфтів суб'єктами бізнесу відносно персоналу, що включає способи професійно-кваліфікаційного просування, професійне навчання та створення умов для саморозвитку і самореалізації працівників з можливістю вторинної діяльності. Набули подальшого розвитку наукові обґрунтування змінності підходів до мотивації і розвитку персоналу з відходом від бюрократичної моделі, що характеризується жорстким робочим часом та субординованими відносинами в колективі, та переходом до прогресивної моделі зі створенням умов для розвитку різнобічної особистості працівника. Удосконалено систематизацію критеріїв зміни соціального статусу працівника в ході його руху соціальним ліфтом з їх розподілом на економічні, професійні та владні.

Практична значущість. Отримані результати дослідження сприятимуть покращенню соціально-економічної мотивації. Зокрема практичне застосування технологій впровадження соціальних ліфтів у бізнес-середовищі з використанням методів соціально-економічної мотивації відіграє значну роль у становленні креативного класу в суспільстві, сприятиме соціальній мобільності, підвищенню ефективності праці та конкурентоспроможності персоналу.

Ключові слова: соціально-економічна мотивація, соціальний ліфт, технології, соціальний статус, креативний клас.

Maklakov S.M. SOCIAL LIFTS AND TECHNOLOGIES OF THEIR IMPLEMENTATION IN THE SYSTEM OF SOCIAL AND ECONOMIC MOTIVATION

Purpose. The aim of the article is to investigate the essence of social lifts within the limits of social and economic motivation of personnel, to define technologies of introduction of social lifts by subjects of business concerning employees and criteria of change of social status of an employee on the basis of movement by social lift.

Methodology of research. The theoretical basis of the research is the scientific work of domestic and foreign scientists on the problems of social mobility, the creation of social lifts in the system of social and economic motivation. General scientific and special methods and techniques are used in the process of work: analytical – for the collection, compilation and processing of scientific information; abstract and logical – for analysis and systematization of the material; tabular and graphical – for a visual presentation of the theoretical positions and conclusions of the study.

Findings. The priority goals of social and economic motivation in the context of meeting the needs of the personnel are determined. The connection of professional-qualification promotion and career growth of employees at the enterprise is revealed. The essence of the social lift and its role in the algorithm of formation of social mobility of the population are substantiated. The technologies of introduction of social lifts by business entities concerning personnel are determined. Models of motivation and development of personnel in the context of promoting the formation of a versatile personality of the employee are offered. The goals of social and economic motivation of workers with the potential of formation of a creative class are established.

Originality. The technology of introduction of social lifts by business entities in relation to personnel is proposed for the first time, which includes methods of professional qualification promotion, professional training and creation of conditions for self-development and self-realization of workers with the possibility of secondary activity. Further development of scientific substantiation of the variability of approaches to the motivation and development of personnel with the departure from the bureaucratic model characterized by hard working time and subordinated relationships in the team, and the transition to a progressive model with the creation of conditions for the development of a versatile personality of the employee. Systematization of criteria for changing the social status of an employee in the course of his movement by a social lift, with their division into economic, professional and power is improved.

Practical value. The practical application of technologies for the introduction of social lifts in the business environment using social and economic motivation methods plays a significant role in creating a creative class in society, promoting social mobility, improving labor efficiency and staffing competitiveness.

Key words: social and economic motivation, social lift, technology, social status, creative class.

Маклаков С.М. СОЦИАЛЬНЫЕ ЛИФТЫ И ТЕХНОЛОГИИ ИХ ВНЕДРЕНИЯ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МОТИВАЦИИ

Цель. Исследовать сущность социальных лифтов в рамках социально-экономической мотивации персонала, определить технологии внедрения социальных лифтов субъектами бизнеса относительно наемных работников и критерии изменения социального статуса работника на основе движения социальным лифтом.

Методика исследования. Теоретической базой исследования являются научные труды отечественных и зарубежных ученых по проблемам социальной мобильности, создания социальных лифтов в системе социально-экономической мотивации. В процессе работы были использованы общенаучные и специальные методы и приемы: аналитический – для сбора, обобщения и обработки научной информации; абстрактно-логический – для анализа и систематизации материала; табличный и графический – для наглядного представления теоретических положений и выводов исследования.

Результаты. Определены приоритетные цели социально-экономической мотивации в контексте удовлетворения потребностей персонала. Раскрыта связь профессионально-квалификационного продвижения и карьерного роста работников на предприятии. Обоснована сущность социального лифта и его роль в алгоритме формирования социальной мобильности населения. Определены технологии внедрения социальных лифтов субъектами бизнеса в отношении персонала. Предложены модели мотивации и развития персонала в контексте содействия формированию разносторонней личности работника. Установлены цели социально-экономической мотивации работников с потенциалом формирования креативного класса.

Научная новизна. Впервые предложена технология внедрения социальных лифтов субъектами бизнеса относительно персонала, включая способы профессионально-квалификационного продвижения, профессиональное обучение и создание условий для саморазвития и самореализации работников с возможностью вторичной деятельности. Получили дальнейшее развитие научные обоснования сменности подходов к мотивации и развития персонала с уходом от бюрократической модели, характеризуется жестким

рабочим временем и субординированными отношениями в коллективе, и переходом к прогрессивной модели с созданием условий для развития разносторонней личности работника. Усовершенствована систематизация критериев изменения социального статуса работника в ходе его движения социальным лифтом с их делением на экономические, профессиональные и властные.

Практическая значимость. Полученные результаты исследования будут способствовать улучшению социально-экономической мотивации. В частности практическое применение технологий внедрения социальных лифтов в бизнес-среде с использованием методов социально-экономической мотивации играет значительную роль в становлении креативного класса в обществе, способствовать социальной мобильности, повышению эффективности труда и конкурентоспособности персонала.

Ключевые слова: социально-экономическая мотивация, социальный лифт, технологии, социальный статус, креативный класс.