

вміти налагоджувати ділові, професійні контакти з клієнтами - споживачами, а це все неможливо зробити без висококваліфікованого колективу, без достатньо мотивованих менеджерів, які здатні досягати як своїх особистих цілей, так і цілей підприємства, в якому працюють.

Література.

1. Бугаков, В.М. Управление персоналом : учебное пособие / В.П. Бычков, В.М. Бугаков, В.Н. Гончаров ; под ред. В.П. Бычкова. - М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 237 с.
2. Дейнека, А.В. Управление персоналом организации : учебник для бакалавров / А.В. Дейнека. - М. : Дашков и К, 2015. - 288 с.
3. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс] / Державний комітет статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Колот, А. М. Мотивація персоналу : підручник / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 2002. – 337 с.
5. Моргунов, Е.Б. Управление персоналом: исследование, оценка, обучение : Учебник для академического бакалавриата / Е.Б. Моргунов. – Люберцы : Юрайт, 2016. - 424 с.
6. Стратегічне управління персоналом підприємства: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, О.В. Стельмашенко. – К.: Знання, 2011. – 236 с.

ВИЗНАЧЕННЯ ЗМІСТУ МОТИВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРАЦІВНИКА

*Логінова М.А., студентка
Науковий керівник: Величко Я.І., асистент,
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Під мотиваційним потенціалом працівника розуміють сукупну здатність його фізичних і духовних властивостей досягати в певних умовах поставлених цілей в результаті реалізації ним трудової поведінки, здійснення виробничої діяльності, з одного боку, і здатність вдосконалюватися в процесі виконання трудових дій, вирішувати нові виробничі завдання, - з іншого. Мотиваційний потенціал працівника є визначальним фактором його подальшої трудової поведінки. Для опису мотиваційного потенціалу працівника можна використовувати такі показники [1]:

1. Типологія мотивів - показує склад мотивів під час реалізації трудової поведінки, що входять в мотиваційну сферу особистості.

2. Ієрархія мотивів - показник розподілу мотивів в порядку їх значимості для окремого робітника.

3. Сила мотивів - визначає відносну значимість кожного мотиву в загальній структурі мотивів кожного окремого працівника.

4. Стійкість мотивів означає зміну положення мотивів в порядку їх значимості для робітника, в мінливих виробничих умовах.

Для визначення змісту мотиваційного потенціалу працівника, необхідно спочатку розглянути які мотиви спонукають працівника трудитися в певній організації, ступінь включеності в організацію, в якій знаходиться його робоче місце, його ціннісні орієнтації, потреби і інтереси, тобто розглянути типологію, структуру мотивів працівника в сфері трудової діяльності.

Існуючі вітчизняні типології мотивів дозволяють виділити і оцінити всі ті мотиви, які істотні для працівників сучасного виробництва. Існуючі типи мотивації, запропоновані вітчизняними авторами, мають певну схожість з ієрархією потреб А. Маслоу. Кожному типу мотивації відповідає та чи інша потреба в ієрархії А. Маслоу. Так, наприклад, інструментальному типу мотивації відповідають фізіологічні потреби; комфортно - орієнтованому типу мотивації - потреби в безпеці і захищеності, колективістському типу - соціальні потреби, досяжному - потреби поваги, а інтелектуальному типу мотивації - потреби самовираження [2].

Більш того, типології мотивації, запропоновані як вітчизняними, так і зарубіжними авторами, мають одну особливість: вони практично всі розглядають мотивацію працівника в межах його робочого місця і не розглядають включеність працівника в організацію, необхідність переходу до ідентифікації працівника з цілями своєї організації. Такі типології орієнтовані на вивчення пасивної, по суті, трудової поведінки. Крім того, до уваги не береться маркетинговий аспект, що відображає рівень оптимізації відносин персоналу організації з зовнішніми контактними групами (клієнтами, власниками і ін.), спрямованими на максимальне задоволення їхніх інтересів і потреб.

На основі аналізу представлених концепцій і типологій мотивації трудового поведінки, а також з урахуванням моделі системи об'єктів мотивування [3], яка передбачає враховувати інтереси внутрішніх (працівників) і зовнішніх споживачів (зовнішні цільові групи), пропонується мотиви класифікувати на три групи: особистісні,

організаційно орієнтовані і орієнтовані на зовнішнього споживача. Ці мотиви і формують мотиваційний потенціал працівника.

До особистісних мотивів віднесені первинні, проміжні та вторинні мотиви. Мотиви розташовані в ієрархічному порядку від нижчих до вищих, в залежності від потреб, які лежать в їх основі і задовольняються при реалізації відповідного мотиву.

До первинних мотивів (фізіологічні, біологічні, вроджені) віднесені ті з них, які є вродженими і мають фізіологічне походження.

До проміжних мотивів віднесені вроджені мотиви, але які не обумовлені фізіологією. У той час, як первинні мотиви прагнуть знизити напругу або стимулювання, проміжні мотиви спонукають людину до посилення стимулювання. Тому такі мотиви називають також стимулюючими. До даної категорії віднесені такі, наприклад, мотиви, як цікавість, бажання маніпулювати, прихильність. Загальні мотиви мають більш важливе значення для організаційної поведінки, ніж первинні.

У міру того як людське суспільство розвивається економічно і стає більш складним, первинні і в меншій мірі проміжні мотиви при мотивуванні поведінки поступаються придбанам вторинним. Вторинні мотиви є більш значущими. Мотив повинен бути придбанам, щоб його можна було віднести до категорії вторинних. До найбільш значущих вторинних мотивів автори [4] відносять владу, досягнення і приналежність. Крім того, особливо коли мова йде про організаційну поведінку, важливими є такі вторинні мотиви, як статус і безпека.

У міру здійснення трудової діяльності, ускладнюються відносини працівника з організацією та йде процес ідентифікації з нею. Спочатку відбувається все більше інформування працівника про справи організації, потім він може працювати над проблемами організації, нарешті, він знаходить спосіб співпраці з керівництвом, домагаючись вирішення основних завдань. Ідентифікація працівника з організацією, що означає його відповідність вимогам виробництва і його відношення до праці - дозволяє йому співпрацювати з організацією. Вона протікає на всьому протязі розвитку особистісної мотивації. Відповідно до вище сказаного виділені наступні види організаційно-орієнтованих мотивів: мотив творчої співпраці - прагнення до взаємодії з управлінням підприємства з метою спільного пошуку кращих рішень в області організації виробництва і праці; мотив організаційно-ідентифікаційний - заснований на

партнерських відносинах працівника і роботодавця. На цьому рівні у працівника проявляється зацікавленість в досягненні цілей організації і участь в забезпеченні її успішної роботи.

Дана група мотивів безпосередньо впливає на формування високого рівня включеності працівника в організацію. Це обумовлено тим, що реалізація цих мотивів можлива лише в умовах тісної взаємодії працівника і організації, в умовах співробітництва, при якому поступово відбувається ідентифікація цього працівника з цілями і завданнями організації. Застосування цього типу мотивації може розглядатися як ефективна можливість для формування активної трудової поведінки і подолання негативних наслідків зниження трудової активності. Можливо, саме ця мотивація найбільш повно відповідає потребам постіндустріального суспільства з його технологіями, що передбачає високий рівень ініціативи та творчості з боку персоналу. Організаційно-ідентифікаційна мотивація - це новий рівень у розвитку мотивації трудової діяльності, який свідчить про реальну готовність працівника забезпечити відповідні цьому рівню якість праці та необхідне ставлення до праці в організації.

Різний стан мотиваційного потенціалу працівників підприємства стає передумовою для різного характеру діяльності [5]. Низькому мотиваційному потенціалу відповідає нижній рівень мотивів і потреб працівника в загальній їх типології, його ізоляція і індиферентність до цілей організації. Середньому мотиваційному потенціалу відповідають мотиви і потреби середнього рівня, відбувається початок включеності працівника в організацію. Нарешті, високому мотиваційному потенціалу відповідає вищий рівень мотивів - це включеність і ідентифікація працівника з цілями організації, його лояльність.

Оцінка мотиваційного потенціалу працівника повинна передбачати визначення кількості, якості, відповідності та міри використання цього потенціалу в цілях організації. Лише правильна мотивація співробітників на основі вивчення їх мотиваційної структури, оцінки мотиваційного потенціалу і управління ними, забезпечить організації додаткові конкурентні переваги на ринку.

Література.

1. Гагаринский А. В. Повышение мотивации работников предприятий путем определения отраслевых факторов роста производительности труда / А.В. Гагаринский // Интернет-журнал

«Наукovedenie». – Выпуск 6, ноябрь – декабрь 2013. – Режим доступу : <http://naukovedenie.ru/PDF/114EVN613.pdf>.

2. Лукьянова Н. А. Мотивационный менеджмент : учеб. пособ. / Н. А. Лукьянова. – Томск : Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – 106 с.

3. Криворучко О.Н. Классификация методов мотивации труда / О.Н. Криворучко, Я.И. Кальчева // Економіка транспортного комплексу : Збірник наукових праць. – Х. : ХНАДУ, 2005. – Вип. 9. – С. 28 – 36.

4. Колесникова О.С. Управление человеческими ресурсами: факторы эффективности / О.С. Колесникова, Е.П. Логвинова // Государственное и муниципальное управление в XXI веке: теория, методология, практика. - 2014. - № 11. – С. 161-165.

5. Хадасевич Н. Развитие потенциала персонала организации // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2010. - № 1. - С. 7-11.

СУЧАСНА ПАРАДИГМА ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Таніч К. Л., магістрант

Науковий керівник: Ачкасова Л. М., к. е. н., доцент.

Харківський національний автомобільно – дорожній університет

У сучасному економічному просторі підприємства функціонують у конкурентному середовищі, що спонукає їх знаходити шляхи реалізації стійких позицій на ринку. При зазначених умовах зростає роль і значення внеску кожного працівника в досягнення цілей підприємства, а одним з основних завдань кожного підприємства стає пошук ефективних способів управління персоналом, які забезпечують ефективність застосування методики оцінки його особистісних якостей, результатів діяльності та конкурентоспроможності.

Питання розробки теоретичних основ і практичних рекомендацій щодо формування та підвищення рівня конкурентоспроможності персоналу в науковій та економічній літературі висвітлені в роботах таких вчених, як Д. Богиня, Н. Войнаренко, А. Герасименко, В. Данюк, А. Колот, Ст. Крамаренко, Л. Лісогор, В. Петюх, Р. Савіна, Р. Фатхутдінов, Т. Хлопова, Б. Холод, А. Шабурова та ін.

Однак аналіз наукової літератури з даної проблематики свідчить про те, що окремі питання, пов'язані з формуванням конкурентоспро-