

редниками визначальними напрямками підвищення капіталізації є процес аутсорингу – передача промисловим акціонерним товариством власних функцій депозитарію щодо виконання інвестиційної та емісійної політики, зокрема: реєстрації цінних паперів (акції, облігації), аналіз кон'юнктури фондового ринку, консультації та допомога при розміщенні цінних паперів на фондовому ринку, складання: звітів, прогнозів, динаміки інвестиційної та емісійної політики підприємства, а також процесу андеррайтингу – гарантоване розміщення або купівля акцій підприємств фінансовими посередниками.

Третій метод передбачає розкриття повної та достовірної інформації про підприємство, що забезпечить вихід підприємства на вищий рівень ринкових відносин, і тим самим забезпечить високий рівень капіталізації підприємства.

Четвертий метод – проведення PR-заходів, які повинні бути спрямовані на оптимізацію фінансової та корпоративної роботи на підприємстві, підтримку вартості акцій ринку цінних паперів, підтримання іміджу підприємства та встановлення високої і надійної ділової репутації.

В Україні капіталізація визначається не лише за ціною і кількістю випущених цінних паперів корпорації (фондові індекси), які котируються на фондовій біржі, як це є, наприклад, у США, а і за майбутніми доходами від реалізації продукції, придбаними чи проданими основним фондами, здійсненими інвестиціями самим підприємством, впровадженням інновацій. Підвищення капіталізації акціонерних товариств є важливим завданням не лише самих підприємств, а й держави в цілому.

Список використаної літератури

1. Гаврилишин Б.Д. Економічна енциклопедія / Б.Д. Гаврилишин, С.В. Мочерний, О.А. Устинко. – К.: ВД «Академія», 2000. – Т. 1. – 864 с.
2. Ингильдеева Э. Методики имущественного подхода в оценке стоимости предприятия / Э. Ингильдеева // Материалы научной конференции «Проблемы экономики Украины в переходный период». – Донецкий институт предпринимательства. – 12 мая 2003 г. // <http://masters.donntu.edu.ua/2003/fem/ingildeeva/lib/index.htm>

Отримано 15.02.2010.

УДК 65.012.32

В.А. Павлова, Г.А. Рижкова, В.М. Мазур

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ПРОБЛЕМ МОТИВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

У статті розглянуто наукові підходи до проблем мотивації людської діяльності, обґрунтована актуальність мотиваційної теорії А. Маслоу для розвитку сучасного мотиваційного менеджменту.

В статье рассмотрены известные научные подходы к проблемам мотивации человеческой деятельности, обоснована актуальность мотивационной теории А. Маслоу для развития современного мотивационного менеджмента.

In this article author described known scientific approaches to problems of motivation of human activity, the urgency of the motivational theory of A. Maslow for application in modern motivational management is proved.

мотиваційна теорія, мотиваційний менеджмент, механізми мотивації, соціальна теорія мотивації, базові потреби індивідуума, самореалізація

У ході розвитку ринкових відносин виникла необхідність формування нових структур і механізмів управління. Практика управління сучасним підприємством свідчить про досить високу результативність, але в той же час і про значну складність реалізації його потенціалу. У зв'язку з цим можна говорити про те, що на сучасному етапі розвитку одним з ключових завдань є подальше вдосконалення принципів й організаційно-методичних аспектів функціонування систем управління на підприємствах.

Підвищення економічної ефективності й конкурентоспроможності кожного підприємства є стратегічною метою, досягнення якої залежить від рівня організації мотиваційного менеджменту, завданням якого є посилення мотивації та стимулів ефективної, високопродуктивної праці. Від успішного вирішення цього завдання суттєво залежить формування необхідного суспільству ставлення до праці, використання всіх резервів і можливостей підвищення його продуктивності.

Обґрунтування ефективних методів і механізмів трансформації механізму мотивації праці в ринковому середовищі є однією з найбільш складних проблем, що розглядаються економічною наукою.

Метою статті є узагальнення методичних принципів теорії мотивації з погляду сучасних вимог кадрового менеджменту й виявлення сучасних парадигм процесу мотивації.

Загальноприйнята соціальна теорія мотивації базується на методологічних принципах, розроблених А. Маслоу і його послідовниками.

В основу запропонованих ними методологічних підходів покладено поділ потреб за ієрархією на два великих системних блоки, а саме: дефіцитні потреби (фізіологічні, безпеки й соціальні) та потреби самоповаги й самореалізації (зростання й розвитку).

Базовими потребами А. Маслоу вважав фізичні потреби. Їх вважають відправною точкою соціологічної теорії мотивації. При цьому базові потреби, які зазвичай розглядаються як специфічні потреби, прийнято називати фізіологічними позивами. Необхідність постійного перегляду сталих уявлень про ці потреби, пов'язана з дослідженнями у двох напрямках. По-перше, дослідження в рамках концепції гомеостазу, і, по-друге, дослідження, присвячені проблемам апетиту (переваги однієї їжі над іншою), показали, що апетит можна розглядати як індикатор актуальної потреби, що свідчить про той чи інший дефіцит в організмі.

Разом з цим підкреслюється зростання мотиваційної ролі потреби в безпеці. Доведено, що після задоволення фізіологічних потреб, їх місце в системі мотивації індивідуума займають потреби іншого рівня, які в загальному вигляді можна об'єднати в категорію безпеки (потреба в безпеці, стабільності, залежності, захисті, звільненні від страху, тривоги й хаосу; потреба в структурі, порядку, законі, обмеженнях та ін.).

Подібно до фізіологічних потреб, бажання безпеки також домінують в організмі. Вони можуть узурпувати право на організацію поведінки, підкоривши своїй волі всі можливості організму та націливши їх на досягнення безпеки, і в цьому випадку організм розглядається як інструмент забезпечення безпеки. Рецептори, ефектори, розум, пам'ять і всі інші здатності індивідуума в цій ситуації перетворюються в інструмент забезпечення безпеки. Також, як у випадку з голодною людиною, головна мета не тільки детермінує сприйняття індивідуума, але й визначає його філософію майбутнього, філософію цінностей. А. Маслоу зазначає, що для такої людини немає більш нагальної потреби, ніж потреба в безпеці. Якщо цей стан набуває екстремальної сили або хронічного характеру, то людина думає тільки про безпеку.

Після того, як потреби фізіологічного рівня та потреби рівня безпеки достатньо задоволені, необхідно актуалізувати потребу в любові, прихильності, належності. Тут мотиваційна спіраль починає новий виток. «Людина, як ніколи, гостро починає відчувати недостатність друзів, відсутність коханого, дружини або дітей. Вона жадає теплих, дружніх стосунків, їй потрібна соціальна група, що забезпечила б такими стосунками, родина, що прийняла б її як свою. Саме ця мета стає найбільш значущою й найважливішою для людини. Вона може вже не пам'ятати про те, що колись, коли вона терпіла нестаток і була постійно голодною, саме поняття «любов» не викликало в неї нічого, крім презирливої усмішки. Тепер же її мучить почуття самотності, людина болісно переживає свою відкинутість, шукає свої коріння, рідинну душу, друга» [1].

Наступна група – потреби у визнанні. Кожна людина постійно потребує визнання, у стійкій і, як правило, високій оцінці власної гідності, кожному з нас необхідні і повага оточуючих нас людей, і можливість поважати самого себе. Потреби цього рівня поділяються на два класи. До першого належать бажання й прагнення, пов'язані з поняттям «досягнення». Людині необхідно відчуття власної могутності, адекватності, компетентності, їй потрібно почуття впевненості, незалежності й волі. До другого класу потреб традиційно належать потреба в репутації або престижі, потреба в завоюванні статусу, поваги, визнання, слави.

А. Маслоу доводить, що задоволення потреби в оцінці, повазі породжує в індивідуума почуття впевненості, власної значущості, сили, адекватності. Створюється впевненість у тому, що він корисний і необхідний в організації суспільства в цілому. Одночасно незадоволена потреба викликає у працівника почуття приниженості, слабкості, безпорадності. Останні, у свою чергу, слугують підґрунтям для зневіри, визначають формування невротичного стану.

Наступна група потреб – потреби в самоактуалізації. У цьому контексті розвивається теоретична доктрина Курта Гольдштейна. Тут термін «самоактуалізація» вживається як прагнення людини до самовтілення, до актуалізації закладених у ній потенціалів. «Це прагнення можна назвати прагненням до ідіосинкразії, до ідентичності» [3].

Безумовно, у різних авторів ця потреба визначається по-різному. Одна людина бажає стати ідеальним батьком, інша прагне досягти спортивних висот, третя намагається творити або винаходити. На цьому рівні мотивації окреслити межі індивідуальних розбіжностей дуже складно.

У той же час реалізація цієї потреби пов'язана з тим, що людина повинна бути тим, ким вона може бути. Людині необхідно відповідати власним можливостям і власній природі.

Наступна група потреб визначається потребами в пізнанні й розумінні. А. Маслоу зазначає, що в основі людського прагнення до знання лежать не тільки негативні детермінанти (тривога й страх), але й позитивні імпульси – потреба в пізнанні, тлумаченні розумінні, цікавість.

Ряд учених з теоретичних позицій підтверджують цю тезу. «Потреба знати й розуміти проявляється вже в пізньому дитинстві. У дитини вона виражена, мабуть, навіть більш чітко, ніж у дорослої людини. Дітей не потрібно вчити цікавості. Дітей можна відучити від цікавості, їм не здається, що саме ця трагедія розгортається в наших дитячих садках і школах» [4]. Експерименти Харлоу з емпіричної точки зору підтверджують цю гіпотезу.

Задоволення когнітивних потреб створює базу для почуття найглибшого задоволення, воно стає джерелом вищих, граничних переживань. Справжнє щастя людини пов'язане саме із цими митями причетності до вищої істини.

Завершальна група потреб пов'язана з естетичними потребами. Ці потреби виявляються майже у кожній здоровій людини, вони визначають духовний розвиток і розвиток духовної культури. Свідчення існування естетичних потреб можна виявити в будь-якій культурі, на будь-якій стадії розвитку людства, починаючи з первісної людини.

Необхідно погодитися з А. Маслоу, що потреби зростання властиві особистості, її внутрішнім характеристикам. Відповідно до принципу ієрархії, потреби кожного нижнього рівня стають актуальними для індивіда лише після того, як задоволені попередні запити. Вища потреба, власне людське в людині, – самореалізація. А. Маслоу підкреслює: «Музикант повинен створювати музику, художник повинен малювати, поет повинен писати вірші, якщо вони хочуть бути повністю щасливі. Людина повинна бути тим, ким вона може бути. Цю потребу ми можемо назвати самореалізацією. Це стосується до бажання самовираження: до тенденції людини актуалізуватися в тому, ким вона може потенційно бути, бажання ставати все більше й більше тим, ким вона є, ставати повністю тим, ким вона здатна стати» [2].

Базуючись на вищенаведених підходах до проблем мотивації людської діяльності, став розвиватися сучасний мотиваційний менеджмент.

Розвиток ринкових відносин визначив пріоритетним вектором досягнення досконалості використання людського фактора, а саме мотивації розвитку особистості за її потребами.

Тож ефективним менеджмент буде у випадку вираховування основних рис, властивих особистостям, що самоактуалізуються, під час планування мотивації кадрового складу. До основних заходів слід віднести:

- сукупність матеріальних і моральних стимулів управління;
- соціально-психологічні умови регулювання персоналу;
- професійно-кваліфікаційні характеристики управління.

Найбільш чіткому врахуванню піддаються параметри матеріального та морального заохочення, які за належною організації управління можуть забезпечити можливість саморозвитку особистості, що в подальшому формує рівень злагодженої роботи підприємства і його успішний розвиток [5].

Соціальні методи мотивації важко визначити та ще складніше аналізувати. У соціологічній літературі є різні точки зору на сучасний соціальний прояв мотивації.

Ряд учених думають, що мотивація – це соціально-трудова контекст прояву стилю поведінки індивіда. Зазначається, що мотивація спрямована на зміну існуючого мотиваційного ядра працівників, що визначає мотиваційний потенціал співробітників організації. Вчені підкреслюють, що соціологічний аналіз мотивації повинен бути зосереджений на факторах, що спрямовують і стимулюють діяльність індивіда.

Інші вчені доводять, що мотивація – це міра зусиль індивіда після того, як він обрав певний стиль поведінки. Ця група вчених підкреслює, що методологічно найважливішим завданням соціолога є дослідження соціального аспекту цільової спрямованості мотивації трудової діяльності працівників [5].

Існує також думка, що мотивація визначається стійкістю трудової поведінки працівника, тобто тим, як довго індивід буде діяти, виходячи з тих чи інших інтересів і мотивів. У цьому випадку основа розуміння мотивації лежить у значенні слів «потреба», «спонукання», «винагорода» і у взаємовідношенні між ними. Потреби створюють спонукання, спрямовані на одержання винагороди, у цьому й полягає основа мотивації [6–8].

У рамках цієї концепції вчені доводять, що мотивація стосується сфери, що визначає початкові передумови трудової діяльності, її силу, стійкість, спрямованість і припинення, а також які суб'єктивні реакції організму супроводжують цю діяльність.

Проаналізувавши сучасні методологічні підходи з проблем мотивації, можна зробити такі висновки:

- розбіжності в поглядах на соціальні фактори мотивації в різних теоретиків незначні, тобто всі концепції дослідження побудовані на класичних основах теорії А. Маслоу;
- прояв мотивації дослідники, як правило, пов'язують зі стилем поведінки, стилем трудової поведінки й результативністю праці;
- усі методологічні школи до мотивації відносять цільову спрямованість трудової діяльності;
- мотивація є результатом подій і процесів, які є стосовно індивідів як внутрішніми, так і зовнішніми.

Виходячи з цього, процес мотивації відбувається за такими етапами (рис. 1).

Зупинимося на характеристиці кожного з наведеного на рис. 1 етапів.

1-й етап. Потреба проявляється як відчуття працівника недостатності будь-чого. Ця недостатність дає про себе знати і «вимагає» свого задоволення.

2-й етап. Найявніша потреба «вимагає» від працівника певної реакції. У більшості випадків виникає необхідність здійснити, вжити певних заходів щодо задоволення потреби.

3-й етап. Працівник визначає, що йому потрібно конкретно отримати в результаті задоволення потреб та що здійснити для цього.

4-й етап. Індивідуум докладає певних зусиль для того, щоб досягти поставлених цілей.

5-й етап. Завдяки власним зусиллям, працівник отримує те, що має задовольнити його потребу, або те, що може обміняти на бажаний об'єкт. На цьому етапі з'ясовується, наскільки діяльність збігається з очікуваним результатом. Залежно від цього відбувається послаблення, збереження або посилення мотивації.

6-й етап. Залежно від рівня задоволення потреби, величини винагороди і її адекватності здійсненим зусиллям працівника нова потреба або не виникає, або продовжуються пошуки інструментарію задоволення наявної потреби.

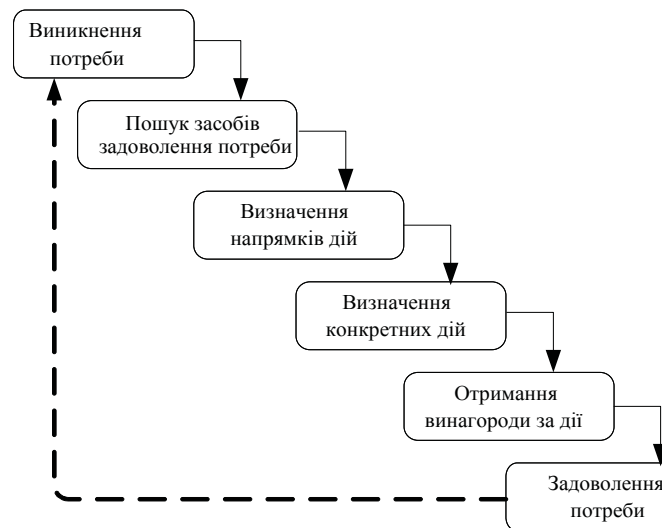


Рис. 1. Етапи процесу сучасного мотиваційного менеджменту

Слід зазначити, що ефективності мотивації сприяють досвід та очікування. Коли мотиваційний менеджмент досягає поставленої мети, технології мотивування повторюються. У випадку ж невизначеності або незадоволення здійснюється пошук інших управлінських засобів.

Таким чином, узагальнення різних наукових підходів до проблем мотивації людської діяльності дозволяє дійти висновку, що здатність людини правильно оцінювати рівнозначність дійсної й попередньої ситуації буде лежати в основі ступеня успіху мотиваційного менеджменту.

Список використаної літератури

1. Фейдимен Дж. Абрахам Маслоу и психология самоактуализации / Дж. Фейдимен, Р. Фрейджер // www.psychology.ru/library/00010.shtml
2. Маслоу Абрахам. Мотивация и личность: перевод А.М. Татлыбаевой. — СПб.: Евразия, 1999. Abraham H. Maslow. Motivation and Personality (2nd ed.) N.Y.: Harper & Row, 1970. Терминологическая правка В. Данченко. — К.: PSYLIB, 2004.
3. Фрейджер Р., Фэйдимен Д. Теории личности и личностный рост / Р. Фрейджер, Д. Фэйдимен // www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/freydjer/15.php

4. Крайг Д. Психология развития / Д. Крайг. – СПб.: Питер, 2002. – 846 с.
5. Гросул В.А. Управління розвитком торговельно-виробничого підприємства: теоретико-методичні засади та практичний інструментарій: монографія / В.А. Гросул. – Х.: ХДУХТ, 2009. – 371 с.
6. Єськов О. Мотивація і стимулювання праці / О. Єськов // Економіка України. – 2001. – № 2. – С. 82–83.
7. Козичева Н.Б. Проблема и задачи мотивации персонала / Н.Б. Козичева, Б.С. Козичев // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 2. – С. 60–66.
8. Блинов А. Мотивация персонала корпоративных структур / А. Блинов // Маркетинг. – 2001. – № 1. – С. 88–101.

Отримано 2.02.2010.

УДК 658:001.9

В.Л. Пікалов, В.В. Шугурова

УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР УПРАВЛІННЯ СТІЙКИМ РОЗВИТКОМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Викладено результати теоретичного дослідження, присвяченого перспективам і деяким проблемам розробки і реалізації концепції управління знаннями як найважливішого інструменту підвищення ефективності управління розвитком соціально-економічних систем різного рівня ієрархії.

Изложены результаты теоретического исследования, посвященного перспективам и некоторым проблемам разработки и реализации концепции управления знаниями как важнейшего инструмента повышения эффективности управления развитием социально-экономических систем разного уровня иерархии.

The results of theoretical research, devoted prospects and some problems of development and realization of conception of management knowledge as a major instrument of increase of efficiency of management development of the socio-economic systems of different level of hierarchy are expounded.

управління знаннями, стійкий розвиток, нематеріальні активи

Наукове розуміння розвитку суспільства початку ХХІ ст. має базуватися на усвідомленні впливу на цей процес низки факторів: глобальних, економічних, техніко-технологічних, інформаційних, кліматичних, політичних, соціальних тощо. За останні п'ятдесят років міжнародна спільнота пережила кардинальні зміни (глобалізація з доцентровими і відцентровими тенденціями, науково-інформаційна революція, європейська інтеграція тощо), що, безумовно, впливає на формування світової економічної думки щодо розвитку соціально-економічних систем різного рівня ієрархії.

Темпи розвитку сучасної цивілізації, що спирається на науковий (не умоглядно-догматичний, а такий, що виникає з досвіду людства) світогляд, безперервне оновлення знань, вражають увагу. Людство в осо-