Грошев Ярослав (Запоріжжя, Україна)

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ЯК ВАЖЕЛЯ СТАБІЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Актуальність вивчення проблем мотивації є особливо актуальним в сучасну епоху, хоча розвиток даної проблеми тягнеться ще з часів Ф.Тейлора. Науковий менеджмент передбачав систематичний аналіз робочих завдань, мета якого використання отриманих даних для підвищення продуктивності праці. Увага прихильників цього напрямку була зосереджена на оплаті праці, в контексті якої працівник розглядався як «економічна людина», готова працювати «більше за більші гроші» [1, с.497-529].

Поступово в уявленнях менеджерів концепція «економічної людини» була витіснена іншою більш позитивною по відношенню до працівників концепцією, що розглядала людину з позиції людських відносин Зміни поведінки людей можна досягнути під впливом підвищеної уваги менеджера до людини («хоторнський експеримент»).

Підхід з позиції людських ресурсів є подальшим розвитком концепції «людини економічної» і «людини соціальної». У відповідності з теорією «цілісності людини» кожний індивід – це багатостороння людина, яка детермінована різноманітними факторами. Концепція людських ресурсів – це фундамент сучасних підходів до мотивації праці, в основі якої відносини до людини як до цілісної, що прагне досягнути високих результатів.

Сучасні підходи мотивації праці сформувалися на основі: 1) теорії змісту мотивації, яка аналізує базові потреби особистості; 2) теорії процесів мотивації, в основі яких вплив розумових факторів, що пояснюють, якими способами працівники намагаються досягти винагороди; 3) теорії підкріплення, що досліджують зразки поведінки.

Теорії змісту мотивації відноситься до потреб, теорії процесів – до поведінки, теорії підкріплення – до винагороди. Теорія мотиваційного механізму була розроблена А.Маслоу, в основі якої ієрархія потреб, що розташовуються в ієрархічному порядку: 1) фізіологічні потреби; 2) потреби в безпеці; 3) відносини в належності; 4) потреби у самоповазі; 5) потреби в самоактуалізації. Теорія потреб А.Маслоу була піддана критиці К.Алдерфером, який висунув теорію «СВР», в якій слово С - існування, В – взаємозв'язок і Р - зростання, тому й виокремлюються потреби: 1) в існуванні, фізичному здоров'ї і добробуті; 2) потреба у взаємозв'язку – задоволення взаємовідносин з іншими людьми; 3) потреба в зростанні – розвитку внутрішнього потенціалу людини, розширення компетенцій.

Багато компаній прийшли до висновку, що людина повинна себе відчувати потрібною, формувати почуття власної значимості, необхідності

іншим людям. Ф.Герцберг розробив двохфакторну модель мотивації, в контексті якої мотиватори (досягнення, визнання, відповідальність, праця, особистісне зростання) і гігієнічні фактори (умови праці, оплата праці, безпека, політика компанії, керівники, міжособистісні відносини), які впливають на рівень задоволеності чи незадоволеності працею.

Рівень задоволеності визначається мотиваторами, тобто потребами більш високого рівня у досягненні, визнанні, відповідальності і можливості зростання. Ф.Герцберг вважав, що при відсутності мотиваторів людина відноситься до своєї праці нейтрально, при появі мотиваторів – формується задоволення працею. Задоволення рівня гігієнічними факторами дозволяє позбавитися від незадоволеності працівниками своїми умовами праці. Щоб спонукати людей до праці, слід розробляти мотиваційні механізми, які враховують всі вище означені умови - умови праці, її оплати та отримання задоволення від праці [1].

У відповідності з теорією набутих потреб Д.Макклеланда певні типи людських потреб формуються на протязі всього життя індивідів. Виокремлюють такі типи потреб: 1) потреба досягнення - бажання вирішувати складні задачі, досягти успіху; 2) потреба приєднання – бажання налагодження тісних особистісних взаємовідносин, намагання недопущення конфліктів; 3) потреба влади – бажання впливати на інших людей та контролювати їх дії, нести за них відповідальність. Д. Макклеланд віддав вивченню потреб 20 років та досліджував вплив їх на менеджмент. На його думку, люди, в яких сильно розвинута потреба досягнень, стають підприємцями, їм подобається робити щось краще, чим інші, вони готові брати на себе відповідальність і ризикувати.

З іншої сторони, люди, які потребують близькості, є хорошими інтеграторами, можуть координувати роботу декількох відділів чи підрозділів компанії. До інтеграторів відносяться і менеджери продуктів і торгових марок, які повинні володіти високорозвинутими людськими навичками. Індивіди з високою потребою у близьких зв’язках вміють встановлювати добрі робочі відносини з оточуючими.

Розвинута потреба у владі часто асоціюється з досягненнями високих рівнів в організаційній ієрархії, людина має більше шансів зробити свою кар’єру, поступово підіймаються вверх кар’єрного зростання. Більше чим у половини менеджерів вищої ланки є потреба у владі, напроти, менеджери з високою потребою в досягненнях, але слабким устремлінням до влади, як, правило, зупиняються на відносно низьких рівнях управління. Теорії процесів мотивації покликані пояснювати процес вибору людьми направлених на задоволення індивідуальних потреб зразків поведінки та оцінки прийнятого рішення.

Найбільшу популярність отримала теорія справедливості та очікувань. Теорія справедливості вивчає уявлення співробітників організації про те, настільки менеджмент оцінює внесений трудовий вклад у порівнянні з іншими

працівниками (С. Адамс).

Теорія очікувань стверджує, що рівень мотивації співробітників залежить від уявлень індивідів відносно своїх здібностей до виконання тих чи інших робочих завдань і отримання бажаної винагороди. Теорія підкріплення залишає у стороні питання потреб і мислення працівників і залучає до аналізу взаємозв'язків між поведінкою співробітників організації та їх наслідками.

На нашу думку, сучасні керівники повинні оволодіти всім багатством наукового менеджменту, створеного відомими вченими менеджменту, та використовувати їх у своїй роботі для підвищення ефективності управлінського процесу.

Література:

1. Andriukaitiene Regina, Voronkova Valentyna, Kyvliuk Olga, Maksimenyuk Marina and Aita Sakun. Theoretical insights into expression of leadership competencies in the process of management. Problems and Perspectives in Management, 15(1-1), 220-226. / Проблемы и перспективы в сфере менеджемнта». Сумы, 2017. http://dx.doi.org/10.21511/ppm.15(1-1).2017.09.

2. Voronkova Valentina, Kyvliuk Olga. Philosophical reflection smart-society as a new model of the information society and its impact on the education of the XXI century. Future Human Image. – 2017 Future Human Image, Том 7, 2017. http://www.fhijournal.org/?cat=7 http://www.bazaluk.com/journals.

3. Дафт Р.Л. Менеджмент. – СПб, 2002.- 832 с.

Даниленко Анастасія (Запоріжжя, Україна)

РОЗВИТОК КОНЦЕПЦІЇ МЕРЕЖЕВОГО СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН

Мережеве суспільство – термін, запропонований у 1981 році, що відноситься до соціальних, політичних, економічних та культурних змін, спричинених розповсюдженням мережевої, цифрової інформації та комунікаційних технологій.

Інтелектуальну ідею походження можна простежити у роботах соціальних теоретиків, таких як Георг Сіммел, який аналізував ефект модернізованого та індустріального капіталізму і складеній єдності з об'єднанням, організацією, виробленням і досвідом. Актуальність даної роботи можна виокремити як загальну ідею мережевого суспільства, що полягає у тому, що це організована форма суспільства, яка все більше розробляє систему своїх взаємовідносин в мережі засобів масової інформації, замінюючи пряме спілкування соціальними мережами. Особистісна соціально-мережева комунікація має підтримку серед цифрових технологій. Їх об'єднання формує основний режим організації комунікацій і найбільш важливі структури сучасного суспільства[1, с. 207].

Отже, об'єктом дослідження можна вважати мережеве суспільство, а предметом – значний вплив цього явища на формування сучасних принципів