

### Література.

1. Крейнина М. Н. Финансовое состояние предприятия. Методы оценки / М. Н. Крейнина. - М.: ИКЦ «ДИС», 2007.
2. Теренев Н. Н. Управление финансами / Н.Н. Теренев. - М.: Финансы и статистика, 2009.
3. Брігхем Є. Ф. Основи фінансового менеджменту : Підручник: пер. з англ. /Є. Ф. Брігхем. - К.: Молодь, 2007. – 1000 с.
4. Рудницька О.М. Шляхи покращення фінансового стану українських підприємств / О.М. Рудницька, Я.Р. Біленська. – [Електроний ресурс]. – Режим доступу: // <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/2700/1/19.pdf>
5. Рябенко Г.М. Шляхи покращення фінансового стану підприємства [Електроний ресурс] / Г.М. Рябенко. – Режим доступу: // <http://finance.mnau.edu.ua/files/articles/2012-ryabenko-spfsp.pdf>

## ТИПОЛОГІЯ МОТИВІВ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

*Суконна Н. Г., студентка*

*Науковий керівник: Величко Я. І., асистент*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Формування трудового поведінки працівника обумовлено потребами і пов'язаними з ними факторами. Опредмечування потреби через матеріальний або ідеальний предмет, на думку Н. А. Лук'янової [1], веде до появи мотиву і спрямованості поведінки. При цьому, поведінка людини, як правило, визначається не одним мотивом, а їхньою сумою, в рамках якої вони знаходяться в конкретному відношенні один до одного за рівнем взаємодії на людину.

Дослідження трудового поведінки персоналу передбачає визначення спочатку того, 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 визначення типології, структури 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, пропоновані 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 [1].

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 [2], 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 придбаним вторинним. Вторинні мотиви є більш значущими. Мотив повинен бути придбаним, щоб його можна було віднести до категорії вторинних. До найбільш значущих вторинних мотивів автори [3] 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 [4]. 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.

Таким чином, існуючі типології мотивації розглядають мотивацію працівника в межах його робочого місця і не розглядають включеність працівника в організацію, необхідність переходу до ідентифікації працівника з цілями своєї організації. Крім того, до уваги береться маркетинговий аспект, що відображає рівень оптимізації відносин персоналу організації з зовнішніми контактними групами (клієнтами, власниками і ін.), спрямований на максимальне задоволення їхніх інтересів і потреб. Запропонована типологія мотивів трудової діяльності персоналу містить: особистісні мотиви (первинні, проміжні та вторинні мотиви), організаційно-орієнтовані (мотив творчої співпраці з керівництвом підприємства; організаційно-ідентифікаційний мотив, заснований на партнерських відносинах працівника і роботодавця) і орієнтовані на зовнішнього споживача (прагнення до взаємодії з зовнішніми споживачами з метою спільного пошуку кращих способів надання послуг, виконання робіт).

### **Література.**

1. Лукьянова Н. А. Мотивационный менеджмент: учеб. пособ. / Н. А. Лукьянова. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – 106 с.
2. Криворучко О.Н. Классификация методов мотивации труда / О.Н. Криворучко, Я.И. Кальчева // Экономика транспортного комплекса: Збірник наукових праць. – Х.: ХНАДУ, 2005. – Вип. 9. – С. 28 – 36.

3. 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.

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

## **ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

*Тарасова О. С., студентка*

*Науковий керівник: Бочарова Н. А., к. е. н., доцент*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Світова економіка та економіка будь-якої країни являє собою систему зі складними зв'язками і взаємодіями. Як будь-яка система, вона перебуває в постійному русі та не може супроводжуватись лише зростанням. Періоди швидкого зростання та розвитку економіки змінюються кризами і застоями. Це змушує підприємства постійно знаходитись у пошуку шляхів адаптації своєї діяльності та системи управління до мінливих умов оточуючого середовища. З огляду на це, дослідження можливостей ефективного антикризового управління на підприємстві набуває особливої актуальності.

Питанням сутності, завдань та інструментарію антикризового управління на рівні підприємства присвячено наукові праці багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених-економістів. Проте, незважаючи на велику кількість досліджень з даної проблематики, існує необхідність уточнення понять та адаптації існуючих теоретичних положень до практичної діяльності вітчизняних підприємств з урахуванням особливостей української економіки.

Під кризою у науковій літературі розуміють складний загострений стан, різкий перелом або занепад. Та кризи не обов'язково носять руйнівний характер, вони можуть протікати з різною мірою гостроти та служити поштовхом для розвитку окремих суб'єктів підприємницької діяльності. Тобто, необхідно розпізнавати симптоми та виділяти причини криз, щоб мати можливість своєчасно та, по можливості, з максимальною користю для підприємства здійснювати антикризові заходи.