

отношений между организацией в лице ее сотрудников и клиентами на стадии разработки и реализации услуги. Возрастающая ценность клиента определяется адресностью предоставляемых услуг. Задействование клиента в создании услуги и подчеркивание его значимости повысит не только качество предоставляемых услуг, но и как следствие, степень удовлетворенности потребителей и повышение индекса лояльности.

Современные организации не в полной мере располагают ресурсным, информационным и человеческим потенциалом, способным реализовать клиентоориентированную маркетинговую стратегию. Таким образом, с развитием рынка в России предприятия значительное внимание уделяют не только получению краткосрочных выгод, но так же оценивают значимость долгосрочных клиентских отношений. В целом, применение совместного подхода как стратегии маркетинга взаимоотношений нацелено на увеличение степени адаптации сервисных услуг и предложений и создание потребительской удовлетворенности посредством их применения. Применение стратегий клиентоориентированного маркетинга выступит эффективным инструментом развития организации, ее конкурентных преимуществ.

Литература: 1. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. 2. Heskett J, Sasser E, Schlesinger L., The value profit chain: Treat employees like customers and customers like employees (New York: The Free Press, 2003). 3. Челенков А., Сони́на Т. Маркетинг взаимоотношений: клиентоориентированные стратегии // Маркетинг. – №2. - 2012. - С.34-46.

Нікіфорова Л.О.,

к.е.н., доцент,

Юненко С.В.,

Вінницький національний технічний університет

м. Вінниця, Україна

ПСИХОЛОГІЧНА МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ – СУЧАСНІ ПРЕРОГАТИВИ

У сучасних умовах господарювання управління персоналом являє собою складне соціально-економічне явище, яке відбивається на всіх сторонах суспільного життя. Прагнення керівників правильно та раціонально організувати роботу персоналу, спонукало багатьох вчених різних галузей до вивчення механізму, за рахунок якого забезпечується висока ефективність роботи працівників. Отримання найвищого результату від використання власних трудових ресурсів, що дозволяє в майбутньому збільшити загальну прибутковість та ефективність діяльності підприємства – це є основною ціллю психологічних аспектів мотивації [1,2]. На сьогодні дана тема є актуальною, оскільки виявлення та задоволення психологічних потреб, являється ефективним механізмом мотивації персоналу, який забезпечує високий рівень їх зацікавлення і задоволення від трудової діяльності, зниження витрат, і підвищення ефективності виробництва.

При розгляді інструментарію соціально-психологічної мотивації, слід зупинитися саме на тих факторах, які ефективно впливають на підсвідомому рівні та змушують людей працювати саме у тому напрямку, який необхідний. Серед основних факторів впливу на людину виділяють: потребу, мотив та стимул. Під впливом потреб формуються мотиви трудової діяльності працівників. В свою чергу, сформовані мотиви працівники розглядають як внутрішній стан схильності, готовності до вирішення справ тим чи іншим чином. Мотив є складним інтегральним психологічним явищем. Досвід показує, що психологічні методи регулювання мотивів поведінки людини більш ефективні в тому разі, якщо вони відтворюють складну рівневу структуру психіки, враховують її біологічну і соціальну природу. Як відзначають деякі автори [2, 3], мотиви знаходяться «всередині» людини, мають персональний характер і залежать від безлічі зовнішніх і внутрішніх (по відношенню до людини) факторів. Мотиви визначають, що і як потрібно буде зробити, спонукають людину до дії, впливають на деякі характеристики поведінки та виробничої діяльності працівника. Щодо стимулів, то вони є зовнішніми факторами, які примушують працівників до діяльності у напрямку реалізації своїх особистих чи спільних з колективом інтересів. Дію мотивів викликають стимули, які виступають у ролі фактора незадоволеності або навіть роздратування. В якості стимулів часто виступають як окремі предмети, так і вчинки інших людей, відкриті можливості та перспективи й багато інших чинників, які можна

запропонувати людині, як винагороду за її дії або перспективу отримання даної винагороди в результаті реалізації певних дій. Якщо людина не сприймає стимул або він не відповідає потребам людини, то стимул може й не перетворитися на мотив. Якщо першопричина поведінки людини збігається з її цілями або інтересам, то в такому випадку починають діяти і зовнішні стимули. І, як наслідок, важливим завданням постає визначення пріоритетності індивідуальних, колективних та суспільних інтересів.

Соціально-психологічна мотивація повинна бути постійним пріоритетом та частиною корпоративної культури компанії, яка базується на емоційних та внутрішніх потребах працівників, саме тому на підприємстві необхідно постійно застосовувати окремі психологічні прийоми мотивації по відношенню до підлеглих [2,3]. Є багато різних прийомів психологічної мотивації працівників, починаючи від семи основних принципів соціального управління, які були сформовані П. Друкером [3] і закінчуючи основними гаслами-психокомплексами [2]. У 1946 році П. Друкер одним із перших почав вивчати ці елементи в рамках теорії соціального управління, і відмітив, що «потреба в будь-чому в однаковій мірі виражає як економічні, так і неекономічні потреби та прагнення». Також ним було сформовано сім основних принципів соціального управління [2]: орієнтація управління на людину; культурна природа управління; інтегрування інтересів працівників організації навколо загальних цілей; розвиток здібностей усіх працівників організації; використання в управлінні ефекту синергії; науковий підхід до визначення ефективності управління організацією; співробітництво і тісна взаємодія організації з навколишнім середовищем.

Серед найбільш успішно використовуваних психологічних прийомів слід виділити наступні [2]: 1. Прийом "приєднання до чужих проблем". 2. Прийом "ми – одного поля ягоди". 3. Прийом "це цікаво!". 4. Прийом "ще небагато, ще трошки". 5. Прийом "загальнолюдські цінності". 6. Прийом "провокація". 7. Прийом "державне – значить стабільне". Отже, як бачимо, набір "гасел-психокомплексів" для зацікавлення та маніпулювання людьми невеликий: первинні потреби, совість, страх, порядність, провина, марнославство, амбіції, надія тощо [2]. Ці старі знайомі всіх часів і народів ідуть у хід, як інструменти первинного зацікавлення вакансіями, що пропонує підприємство, та створення мотивації безкоштовної самовідданої праці.

В якості прикладу успішного та видатного керівника, який ефективно умів мотивувати персонал, розглянемо діяльність засновника концерну виготовлення кольорових мультфільмів та власника Діснайленду – Уолта Діснея. Для У. Діснея не було головним, хто запропонував нову ідею, головне, щоб у цій роботі були задіяні усі учасники процесу від прибиральниці, до замісника директора, і цим він відрізняється від усіх інших керівників. Тільки тоді, на думку Діснея, працівники могли точно зрозуміти, якого результату чекає від них керівник і при цьому вони працювали з ентузіазмом та завзятістю. В передмові до багатьох мультиплікаційних фільмів У. Дісней висловлює подяку своїм працівникам наступними рядками [4]: «Висловлюю щиру вдячність моїм співробітникам. Цю роботу вдалось здійснити, завдяки їх обдарованості і відданості справі», – що є надзвичайно потужним психологічним фактором мотивації. Важливим висновком соціально-психологічних досліджень є положення про те, що розвиток людини, її поведінка детермінується типом соціального середовища. В останні роки соціально-психологічні методи менеджменту почали доповнювати положеннями соціоніки – науки про типологізацію людей за принципом засвоєнням і переробкою ними інформації. В залежності від соціотипу [2] або типу економічної діяльності людини [5], до якого належить людина, розробляються соціально-психологічні методи, моделі та прийоми мотивації персоналу. Серед найбільш розповсюджених типологізацій, які використовуються в практиці сучасного психологічного менеджменту, слід виділити типології сформовані К.Г. Юнгом [2], А. Аугустиновичюте та А.А. Шияном [5]. Отже, вибір прийомів та методів психологічної мотивації залежить тільки від керівника. При цьому не потрібно зупинятися на досягнутому, а необхідно розвивати та вдосконалювати побудовану систему. Тільки такий підхід постійного розвитку здатний забезпечити життєздатність системі мотивації на підприємстві.

Література: 1. Психологічні аспекти стимулювання персоналу. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://mwmm.ru/psixologichni-aspekti-stimulyuvannya-personalu/> – Назва з екрану. 2. Мороз О.В. Соціально-психологічні чинники мотивування працівників приладобудівних підприємств: Монографія // Мороз О.В., Нікіфорова Л.О., Шиян А.А. – Вінниця: ВНТУ – 2011. – 275 с. 3. Друкер П.Ф. Практика менеджмента –

М.: Издательский дом «Вильямс», 2001 – С. 17 – 38. 4. Snow White and the Seven Dwarfs [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://multimir.net/multifilm-7070-belosnezhka-i-sem-gnomov> – Назва з екрану. 5. Shiyan A.A. Types of Economic Behavior: The Instrument for Management of Individuals, Institutions, Countries and Humankind / Shiyan A.A., Nikiforova L. O. // Institutions & Transition Economics: Microeconomic Issues Journal, Vol 3, Issue 43, 01 November, 2011. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ssrn.com/abstract=1952651>.

Онищенко О.Р.,

*здобувач кафедри державного управління та місцевого самоврядування АМУ,
м. Київ, Україна*

СУТНІСТЬ ПОНЯТІЙНО-КАТЕГОРІЙНОГО АПАРАТУ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В ТЕОРІЇ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

На сьогоднішній день ще не існує єдиної думки щодо структури ресурсного потенціалу регіону, незважаючи на те, що проблемам дослідження сутності ресурсного потенціалу регіону приділяється значна увага.

Так, вченими у структурі соціально-ресурсного потенціалу виділено наступні складові: забезпеченість основними природними ресурсами, стан навколишнього середовища; чисельність населення і трудові ресурси (рівень і динаміка зайнятості по галузях економіки), загальноосвітній рівень; виробничий потенціал (стан основного капіталу і ступінь його зношування по галузях, технологічна й відтворювальна структура основного капіталу, рівень технологічної оснащеності й спеціалізації виробництва, конкурентоспроможність продукції); науково-технічний і кадровий потенціал (оцінка ресурсної, технологічної й кадрової бази НДДКР, результатів наукової й винахідницької діяльності, масштабів застосування прогресивних, традиційних і наукомістких технологій, результатів інноваційної діяльності); регіональні та геополітичні аспекти соціально-ресурсного потенціалу (диференціація рівнів соціально-економічного розвитку, природно-кліматичні розходження, рівень антропогенного навантаження по регіонах, місце економіки регіону в територіальному поділі праці, напрямки економічної інтеграції); соціальний потенціал (соціальна структура суспільства та рівень життя окремих соціальних верств, ступінь диференціації населення, структура доходів і багатства населення, питома вага заробітної плати в доходах, рівень зайнятості, фізичний і духовний стан населення, рівень особистої і суспільної безпеки, соціальна інфраструктура); інфраструктура (транспорт, зв'язок, комунікації, сфери послуг, банківська система, біржі, фонди та ін.).

Також пропонується виділяти наступний ресурсний склад елементів ресурсного потенціалу: економічно активне населення, в тому числі й зайняте населення; основні засоби, в тому числі й виробничі і невиробничі; запаси та резерви матеріальних цінностей різного призначення та предмети споживання тривалого використання; природні ресурси виробничого призначення, в тому числі розвідані та ураховані, а також задіяні у виробництві; нематеріальні ресурси, в тому числі й науково-технічна та економічна інформація [2]. Узагальнюючи досвід попередніх досліджень, основні структурні елементи ресурсного потенціалу можна визначити як: виробничий, трудовий, інвестиційний, інноваційний, соціальний, природно-ресурсний, геополітичний, фінансовий, експортний потенціали та інфраструктура.

Слід зауважити, що в теорії та практиці досліджень категорії „економічний потенціал”, окрім його видової структури, в основу якого покладено ресурсну ознаку, виділяють структури за іншими ознаками: територіальною, галузевою, відтворювальною [2]. Економічний потенціал як система має наступні властивості: цілісність, структурованість, ієрархічність, функціональність, керованість, цілеспрямованість, самоорганізація, емерджентність [1; 2].

Сутність ресурсного потенціалу полягає в забезпеченні прогресу в розвитку продуктивних сил, виробничих відносин та надбудови. Дослідження потенціалу регіону у всій сукупності його складових за допомогою аналізу регіональної ситуації дозволяє виявити спектр регіональних можливостей у контексті наявних можливостей їх реалізації в тих напрямках, які визначаються задачами ефективної регіональної політики.

При дослідженні ресурсного потенціалу вченими приділяється багато уваги питанню визначення його величини. При визначенні оцінки ресурсного потенціалу розрізняють такі поняття як „сумарний об'єм ресурсів ресурсного потенціалу”, „величина ресурсного потенціалу”, показник „реалізації ресурсного потенціалу”, „ефективність використання соціально-ресурсного