

УДК 331.101.3

К.Г. НАУМИК

*Харьковский государственный экономический университет*

## **МОТИВАЦИОННЫЙ МОНИТОРИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Предлагается использовать мотивационный мониторинг как инструмент подготовки, принятия и контроля решений на различных уровнях управления мотивацией, даются его классификация и схема проведения.

Традиционно в системе управления предприятием различаются следующие функции: прогнозирование, планирование, организация, регулирование, мотивация, анализ. К этому перечню в последнее время добавляются также функции сбора и обработки социально-экономической информации. Для нормального развития все указанные функции должны быть взаимосогласованы, интегрированы и действовать в объемах и пропорциях, обеспечивающих эффективность управления. К сожалению, при переходе к рынку на микроэкономическом уровне в первую очередь пострадала прогнозно-плановая, аналитическая и мотивационная часть управленческих функций. В связи с этим при развитии функций менеджмента в настоящее время важно выделить социально-экономический мониторинг, который должен охватывать область сбора и накопления информации, анализа и ближайшего прогнозирования. В составе социально-экономического мониторинга как концепции традиционные функции сбора, обработки и анализа информации определенным образом изменяются [1]. Отличие социально-экономического мониторинга от традиционного для отечественной аналитической школы анализа хозяйственной деятельности предприятий заключается в предмете, целях и методах изучения. Для экономической анализа – это экономические и финансовые аспекты деятельности объекта, в то время как при социально-экономическом мониторинге обзор охватывает также социальные процессы в коллективе и выходит за их пределы, учитывая взаимосвязь социально-экономических и психологических процессов. Социально-экономический мониторинг явно нацелен на задачи принятия решений, так как в современных условиях по мере своего развития окружающая среда требует регулярного наблюдения, пополнения опыта оценки происходящего. В свою очередь, данная совокупность отвлеченных функций человеческой деятельности вполне отражается понятием "мониторинг". В кратком словаре современных понятий и терминов [2] дается следующее определение

мониторинга: (англ. monitoring) – 1) регулярное наблюдение, оценка и прогноз (с помощью электронных средств) состояния окружающей среды, а также различных процессов, происходящих в некоторых странах; 2) сбор информации с целью изучения общественного мнения по какому-либо вопросу. Коллектив авторов [3, с. 15] утверждает, что "мониторинг – это регулярное наблюдение, оценка и прогноз различных процессов".

При исследовании мотивационных процессов мы считаем, что следует использовать опыт развития социально-экономического мониторинга и на его основе выделить мониторинг мотивационных процессов при управлении предприятием – мотивационный мониторинг (ММ). Главной целью ММ являются сбор, изучение и подготовка информации для принятия и анализа решений по осуществлению мотивации персонала на различных уровнях управления. Это обуславливает две особенности, которым должен удовлетворять мотивационный мониторинг как система сбора и обработки информации: целевая направленность информационных процессов и максимальная объективность получаемых выводов на каждой стадии переработки данных.

Первой задачей ММ является начальная и текущая идентификация мотивационного процесса. Следовательно, мониторинг должен базироваться на системной классификации мотивационных процессов. Поскольку характеристики мотивационных процессов изменяются, мониторинг дает возможность пересматривать и корректировать данную классификацию.

Вторая задача ММ – анализ взаимосвязей явных и скрытых мотивационных процессов и выявление круга управляемых факторов мотивации, определяющих их течение. Динамично развивающиеся мотивационные процессы, как правило, характеризуются не только количественно изменяющимися характеристиками, но и качественно изменяющимся перечнем факторов мотивации. Это затрудняет управление мотивацией и единственной возможностью, повышающей эффективность в данной области, является накопление показателей, отражающих влияние тех или иных факторов на рассматриваемый процесс.

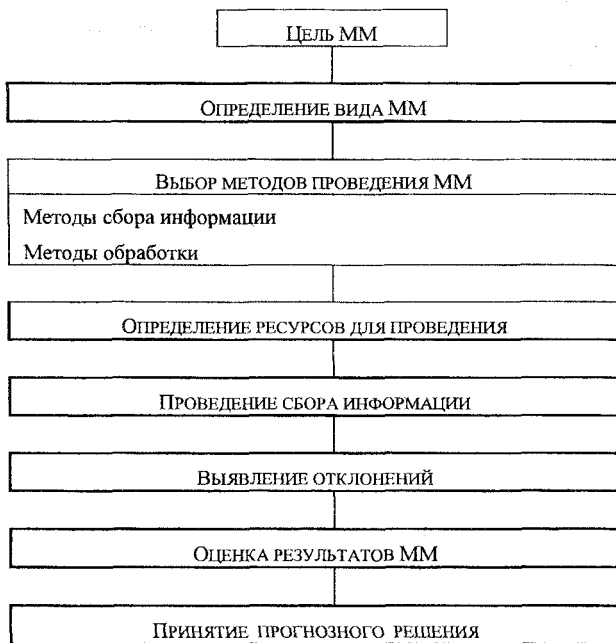
Основные направления ММ, на наш взгляд, должны охватывать: вознаграждение за результаты труда (экономический аспект); демографические процессы и общественное сознание (социальный); индивидуальное сознание (психологический). Выделение видов ММ позволяет правильно подобрать соответствующие методы сбора и анализа информации. Возможно выделение нескольких классификаций ММ, позволяющих систематизировать накопленное о нем знание. Перечень основных из них приведен в таблице.

Классификация мотивационного мониторинга

Классификационный признак		Содержание классификационной группы
признак	группа	
Вид мотивации	Экономический	Зарплата, премия, надбавка к зарплате и т.п.
	Социальный	Возраст, образование, социальный класс и т.п.
	Психологический	Темперамент, восприятие, интерес и т.п.
Мотивационный фактор [4]	Индивидуальный	Характеристики личности: ценности, цели, возраст, темперамент, квалификация и т.п.
	Внутренний	Кадровая политика, организационная структура, неформальное лидерство и т.п.
	Внешний	Политический строй, уровень жизни населения, инфраструктура рыночного сегмента и т.п.
Этап мотивационного цикла	Потребностей	Материальные, социальные, творческие и т.п.
	Мотивов	По силе, по причине возникновения и т.п.
	Целей	Личные, коллективные и т.п.
	Результатов	Достижение цели, рост эффективности и т.п.
Масштаб проведения	Локальный	Неполный охват объекта исследования
	Сплошной	Полный охват объекта исследования
Периодичность проведения	Разовый	1-2 раза в отчетный период
	Текущий	Постоянный сбор и обработка информации
	Прогрессивный	Рост или уменьшение частоты проведения

Эта классификация позволяет рационально организовать мотивационный мониторинг на предприятии, дает возможность структурировать направления его осуществления, разработать систему методов сбора и анализа информации, четко распределить и эффективно использовать имеющиеся ресурсы предприятия для проведения мотивационного мониторинга.

Процесс осуществления мотивационного мониторинга проходит в несколько этапов, последовательность которых изображена на рисунке.



Этапы проведения мотивационного мониторинга

Определение цели мониторинга необходимо для того, чтобы ограничить область его проведения. В зависимости от цели устанавливается вид мониторинга, который позволяет подобрать соответствующие методы сбора и обработки информации. Этап выбора ресурсов мониторинга предполагает установление необходимого объема человеческих, финансовых и информационных ресурсов. Сбор информации – ответственный этап, так как от качества его организации зависит полнота сбора информации. Выявление отклонений можно проводить путем сравнения имеющихся данных с существующими среднестатистическими, с результатами, полученными в других отделах, на других предприятиях или путем сравнения с плановыми значениями. Этап оценки результатов может осуществляться либо методом "да – нет" ("соответствие – несоответствие"), либо методом балльной оценки. На основании полученных выводов формулируется прогнозное решение, которое может касаться изменения организации мотивации на предприятии, корректировки целей мотивации и системы контроля.

Итак, мотивационный мониторинг как целостная система непрерывного наблюдения, анализа и краткосрочного прогнозирования хода ос-

новых мотивационных процессов должен стать необходимым звеном при подготовке, принятии и контроле решений в структурах управления мотивацией. В связи с этим считаем необходимой организацию на предприятиях мониторинговых подразделений, обобщающих социально-экономическую информацию. Возможно также создание нестандартных (специальных) видов мониторинга, ориентированных на конкретную проблемно-целевую область принятия мотивационных решений.

1. Шевяков А.Ю., Клейнер Г.Б. Социально-экономический мониторинг: концепция, проблемы, перспективы // Экономика и математические методы. – Т.29. Вып.1. – 1993.

2. Краткий словарь современных понятий и терминов. 2-е изд. / Под общ. ред. Макаренко В.А. – М.: Республика, 1995. – 510 с

3. Саенко В.Г., Левченко О.А., Кокарев Н.В. Экономико-информационные аспекты моделей мониторинга. – Луганск: Изд-во Восточноукраинского гос. ун-та, 1998. – 148 с.

4. Наумік К.Г. Фактори мотивації сучасного трудового колективу // Коммунальное хозяйство городов: Науч.-техн. сб. Вып. 31. – К.: Техніка, 2001. – С. 205-209.

Получено 23.10.2001

ББК 65.9(2) 26

А.В.ВАСИЛЬЕВ, канд. экон. наук

*Харьковская государственная академия городского хозяйства*

### **ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ФОНДОВОЙ БИРЖИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФОНДОВОГО РЫНКА**

Рассматриваются особенности функционирования фондовых бирж Украины в условиях пост-приватизационных процессов, их роль и значение в современном фондовом рынке и основные конкурентные аспекты деятельности в сравнении с торгово-информационными системами.

Статус фондовой биржи могут получить юридические лица, созданные на условиях, определенных законодательством для организационно оформленных централизованных рынков, на которых постоянно осуществляется торговля ценными бумагами или производными фондовыми инструментами в случае, если они отвечают следующим требованиям:

- заключение биржевых соглашений проводится только между учредителями и членами биржи;
- предусмотрена процедура отбора ценных бумаг (или других финансовых инструментов) в соответствии с определенными требованиями по условиям их выпуска и обращения;
- сконцентрирован высокий уровень спроса и предложения на ценные бумаги или производные фондовые инструменты;