

Література

1. *Войнарченко М. П., Єпіфанова І. Ю.* Управління інвестиційною діяльністю промислових підприємств. – 2011. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 188 с.
2. *Гриньова В., Ястремська О.* Особливості регіонального управління інвестиційною діяльністю в сучасних умовах // *Регіональна економіка*. – 2003. – №. 3. – С. 170-174.
3. *Ємець О.* Чинники підвищення ефективності інвестиційних процесів у регіоні / О. І. Ємець // *Вісник Прикарпатського університету. Економіка*. Випуск 9. – Івано-Франківськ: Плай, – 2012. – С. 31-35.
4. *Ємець О. І., Бабінець В. М.* Вплив економічної безпеки на процес управління інвестиційною діяльністю підприємств регіону // *Соціально-економічний розвиток регіону: сучасні реалії та перспективи: монографія / за ред. Н. І. Пилипів, В. В. Стефінін*. – Івано-Франківськ: Видавець МПП «ТАЛІА», 2017. – С. 22-34.
5. Закон України «Про інвестиційну діяльність» із змінами та доповненнями // *Відомості Верховної Ради України*. – 1991. – № 47. – ст. 646.
6. *Левуцький В. В.* Ефективність управління інвестиційною діяльністю підприємства // *Вісник ЖДТУ № 2 (56)*. – 2011. – С. 69-71.
7. *Пилипів Н. І., Ємець О. І.* Потенціал економічного націоналізму в інвестиційній політиці // *Матеріали VIII Всеукраїнської наукової конференції з міжнародною участю «Економічний націоналізм» (Івано-Франківськ, 12-13 жовтня 2018 р.)*. – Івано-Франківськ: Лілея НВ, 2018. – С.183-190.
8. *Пурха В. С., Ємець О. І.* Концептуальні засади інвестиційно-інноваційного розвитку економіки підприємств // *Матеріали VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Ефективність функціонування сільськогосподарських підприємств» (Львів, 23-25 травня 2018 р.)*. – Львів: Ліга-Прес, 2018. – С.179-182.
9. Сайт Головне управління статистики в Івано-Франківській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ifstat.gov.ua/EX_IN/EX-ZEZ.htm.
10. Сайт Світового банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vsemirnyjbank.org/>.
11. *Федорчак О. В.* Державне управління інвестиційною діяльністю на регіональному рівні в Україні: проблеми та напрями вдосконалення // *Актуальні проблеми державного управління*. – 2017. – 2(52). – С. 1-9.
1. *Voynarenko M. P., Yepifanova I. Yu.* Management of investment activity of industrial enterprises. – 2011. – He is a member of: VNTU, 2011. – 188 p.
2. *Grinova V., Yastremskaya O.* Features of regional management of investment activities in modern conditions // *Regional Economics*. – 2003. – No. 3. – P. 170-174.
3. *Yemets O.* Factors of increasing the efficiency of investment processes in the region / OI Yemets // *Bulletin of the Precarpathian University. Economy*. Issue 9. – Ivano-Frankivsk: Play, – 2012. – P. 31-35
4. *Yemets O., Babincev V. M.* Influence of economic security on the process of investment activity management of enterprises of the region // *Socio-economic development of the region: current realities and perspectives: monograph / ed. N.I.Pylypiv, V.V.Stefinin*. – Ivano-Frankivsk: Publisher of MPP "TALIA", 2017. – P. 22-34.
5. Law of Ukraine "On investment activity" with changes and amendments // *Bulletin of the Verkhovna Rada of Ukraine*. – 1991. – No. 47. – Art. 646.
6. *Levytskyy V. V.* Efficiency of management of investment activity of the enterprise // *Bulletin of ZHDTU № 2 (56)*. – 2011. – P. 69-71.
7. *Pylypiv N. I., Yemets O. I.* The Potential of Economic Nationalism in Investment Policy // *Materials of the VII All-Ukrainian Scientific Conference with International Participation "Economic Nationalism" (Ivano-Fankovsk, October 12-13, 2018)*. – Ivano-Fankovsk: Lilia NV, 2018. – p.183-190.
8. *Purha V. S., Yemets O. I.* The Conceptual Principles of Investment and Innovative Development of the Economy of Enterprises // *Materials of the VII International Scientific and Practical Internet Conference "Efficiency of Agricultural Enterprises" (Lviv, May 23-25, 2018)*. – Lviv: The League-Press, 2018. – P. 179-182.
9. The site of the Main Department of Statistics in the Ivano-Frankivsk region [Electronic resource]. – Access mode: http://www.ifstat.gov.ua/EX_IN/EX-ZEZ.htm.
10. Website of the World Bank [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.vsemirnyjbank.org/>.
11. *Fedorchak O. V.* State administration of investment activity at the regional level in Ukraine: problems and directions of improvement // *Current problems of public administration*. – 2017. – 2 (52). – p. 1-9.

Якубів В. М., Полюк М. І.

КЛАСИФІКАЦІЯ МЕТОДІВ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЯМИ

У статті узагальнено різні наукові підходи до класифікації методів мотивації персоналу в організаціях. Удосконалено існуючу класифікацію методів мотивації шляхом доповнення інноваційними методиками, що можуть використовуватись в Україні. Досліджено взаємозв'язок зовнішніх та внутрішніх мето-

дів мотивації персоналу в системі менеджменту. Обґрунтовано структуру комплексного механізму мотивації персоналу в організаціях.

Ключові слова: управління, мотивація, персонал, організації, методи.

In the article various scientific approaches to the classification of methods of motivation of personnel in organizations are generalized. The existing classification of motivation methods has been improved by complementing innovative methods that can be used in Ukraine. The interrelation of external and internal methods of personnel moti-

vation in the management system is explored. The structure of the complex mechanism of motivation of personnel in organizations is substantiated.

Key words: management, motivation, personnel, organization, methods.

I. Вступ. У сучасних умовах господарювання організації та підприємства шукають усі можливі способи досягнення зростання ефективності діяльності та посилення конкурентоспроможності. Працівники як основа ресурсного потенціалу організації є важливим інструментом у процесі стратегічного і тактичного розвитку. Підвищення продуктивності праці та створення позитивного іміджу підприємства чи організації завдяки ефективному використанню людського ресурсу дозволить у найдешевший спосіб досягнути поставлених цілей розвитку. Тому дослідження теоретичних основ організації ефективної мотивації персоналу є досить актуальними для детального вивчення.

Дослідженням впливу різних мотиваційних факторів на результативність роботи працівників займалось чимало науковців-теоретиків та практиків-менеджерів, проте найбільшого розвитку теорії мотивації отримали у ХХ ст. завдяки таким вченим як: С. Адамс, К. Альдерфер, В. Врум, Ф. Герцберг, Е. Лоулер, Д. МакКлелланд, Д. Мак-Грегор, А. Малоу, Л. Портер, Ф. Тейлор.

II. Постановка завдання. Метою даної статті є узагальнення та удосконалення існуючих методів мотивації персоналу в організаціях України.

З метою досягнення поставлених завдань використовувались такі методи: аналіз, порівняння, розрахунково-конструктивний, графічний, узагальнення, моделювання та наукової абстракції.

III. Результати.

На практиці в різних організаціях використовуються різні види мотивації людей. Узагальнюючи різні літературні джерела [1-8], а також власні дослідження нами обґрунтовано комплексну систему класифікації видів мотивації працівників (рис. 1).

За характером стимулів розрізняють мотивацію:

- позитивну;
- негативну.

Позитивна мотивація – це спонукання людини до досягнення цілей на основі позитив-

них стимулів. До таких стимулів відносяться: можливість кар'єрного зростання, додаткові дні відпустки, підвищення заробітної плати.

Негативна мотивація – це мотивація, що базується на негативних для працівника мотивах і стимулах. До них відносяться: зниження заробітної плати, звільнення з роботи, пониження по посаді, збільшення норм виробітку. Інколи таку негативну мотивацію ототожнюють з стимулюванням за методом «батога і пряника».

За стійкістю результатів мотиваційної діяльності можна виділити два види мотивації:

- стійка;
- нестійка.

Стійка мотивація – це психоемоційний стан людини безперервного спонукання до задоволення певних потреб, як правило фізіологічних (їжі, сну, одягу), а також потреб безпеки.

Нестійка мотивація – це мотивація, яка носить безсистемний характер і повинна підтримуватись зовнішніми подразниками, що виникають при необхідності задовольнити певні (не стійкі) потреби. До цього типу відноситься мотивація людини до ефективної праці, самореалізації, соціалізації.

За персональним підходом мотивацію поділяють на:

- індивідуальну;
- групову.

Індивідуальна мотивація передбачає спонукальний вплив на одну людину, в т.ч. самомотивація.

Групова мотивація враховує спонукальний ефект на групу взаємопов'язаних за інтересами чи потребами людей задля досягнення спільного чи однакового результату.

За видом винагороди мотивацію розрізняють:

- матеріальну;
- нематеріальну.

Матеріальна мотивація передбачає винагороду у вигляді матеріальних благ (грошових коштів, майна, оплачені послуги).

Нематеріальна мотивація базується на використанні різних стимулів не грошового ха-

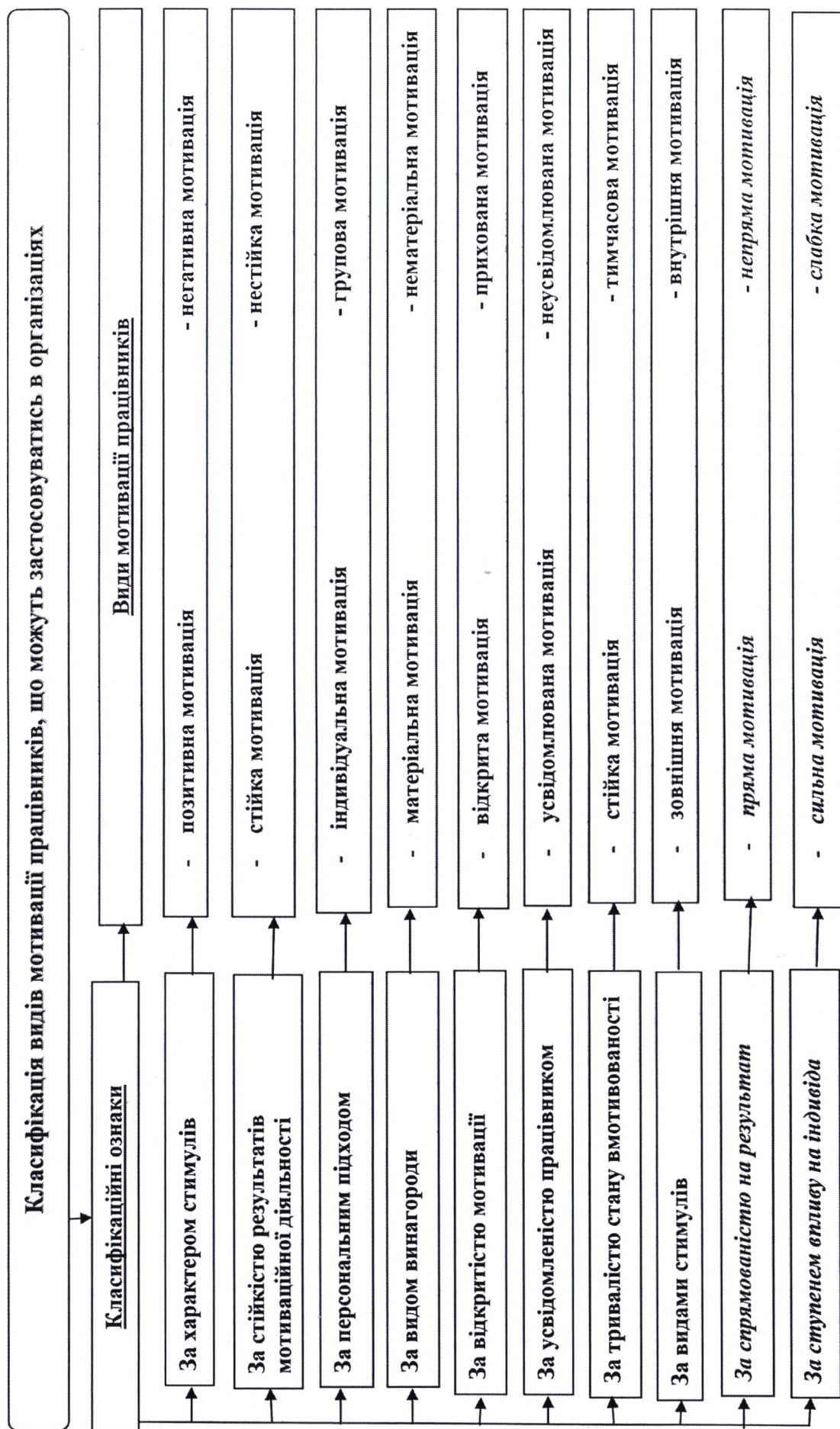


Рис. 1. Класифікація видів мотивації працівників, що можуть застосовуватись в організаціях * (розробка автора)

рактору, а саме: висловлення прилюдної подяки, нагородження грамотою, додаткові дні відпустки, гнучкий графік роботи.

За відкритістю мотиваційного процесу розрізняють мотивацію:

- відкрити;
- приховану.

Відкрита мотивація – це цілеспрямований неприхований вплив на поведінку людини з метою досягнення очікуваних результатів.

Прихована мотивація – це завуальований, не афішований процес мотивації людини задля спонукання її до певних дій. Найчастіше використовується у рекламних цілях, політичних компаніях або в умовах недостатності фінансових ресурсів для покриття витрат на мотивацію працівників.

За рівнем усвідомлення людиною мотивацію поділяють на:

- усвідомлювану;
- неусвідомлювану.

Усвідомлювана мотивація передбачає, що людина на яку здійснюють спонукальний вплив чітко розуміє сутність цієї дії і співставляє її з винагородою, тобто рівнем задоволення певної потреби.

Неусвідомлювана мотивація враховує ті ситуації, коли людина не розуміє, що її мотивують. Найчастіше це стосується прихованої або непрямой мотивації.

За тривалістю стану вмотивованості людини:

- постійна;
- тимчасова.

Постійна мотивація – це специфічний психоемоційний стан людини, коли вона впродовж довгого періоду часу або постійно докладає зусиль задля досягнення поставлених цілей.

Тимчасова мотивація, більш поширений вид, коли внутрішнє бажання виконання певної роботи має тимчасовий характер.

За видами стимулів мотивацію поділяють на:

- внутрішню;
- зовнішню.

Внутрішня мотивація – це особисте бажання (спонукання) людини виконувати певні дії задля досягнення мети.

Зовнішня мотивація – це стимулювання людини кимось іншим до виконання певних дій.

Найбільш ефективним для забезпечення високої продуктивності праці є поєднання зовнішньої і внутрішньої мотивації працівників (рис. 2).

На рис. 2 показано взаємозв'язок зовнішніх і внутрішніх мотиваційних факторів в управлінні персоналом. З рис. 2 видно, що вплив виключно зовнішніх мотиваційних чинників є не великий. Тобто це свідчить про те, що для внутрішньо невмотивованих працівників застосування зовнішніх мотиваційних факторів матиме малий ефект. Це доводить, що організаціям не варто виділяти великий бюджет на мотивацію для тих працівників, у яких внутрішня вмотивованість відсутня.

Внутрішня мотивація є набагато важливіша у процесі мотивування, що й пояснює той факт, що при прийомі на роботу перевага на-

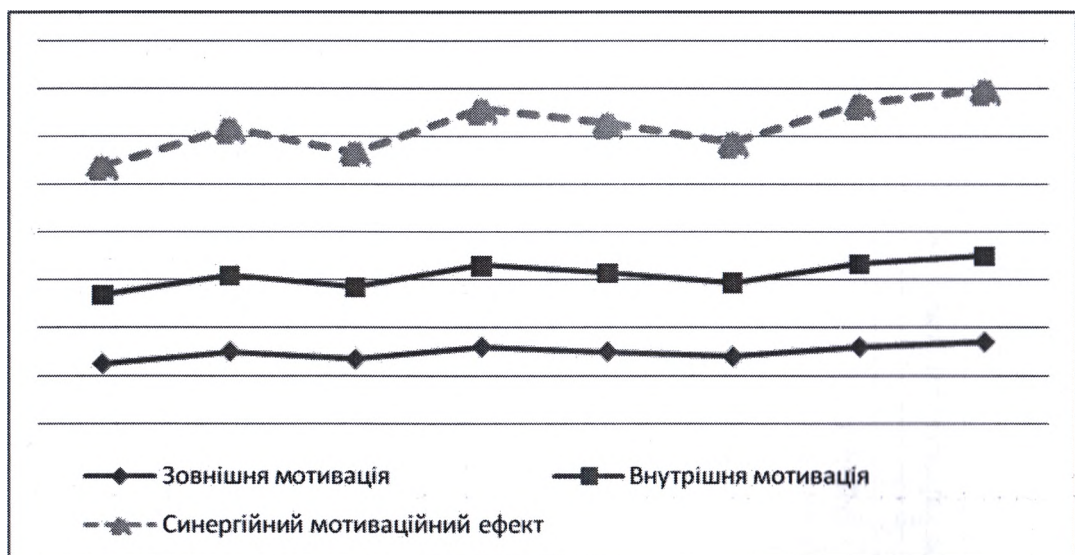


Рис. 2. Взаємозв'язок внутрішніх та зовнішніх мотиваційних факторів*

*Джерело: розробка автора.

дається молодим, активним, внутрішньо вмотивованим людям. Внутрішня мотивація має значно вищий ефект у процесі досягнення певних завдань. Тому її потрібно підтримувати і розвивати. Для цього застосовують чинники зовнішньої мотивації.

Як видно з рис. 2 взаємний вплив внутрішньої і зовнішньої мотивації має набагато більший синергійний ефект ніж просто сума цих мотивів. Тому для ефективного керівника важливим завданням є створення умов для формування високого рівня внутрішньої та зовнішньої мотивації персоналу.

Окрім виділених вище класифікаційних ознак та видів мотивації вважаємо за необхідне доповнити їх двома ознаками: за спрямованістю на результат та за ступенем впливу на індивіда.

За спрямованістю на результат мотивація може бути:

- пряма;
- непряма.

Пряма мотивація – це процес, у якому встановлені прямі відкриті залежності між потребою, мотивами та кінцевими результатами, тобто працівник чітко націлений на кінцевий очікуваний результат.

Непряма мотивація – передбачає, що працівник, якого спонукають до виконання певної роботи не знає про кінцевий очікуваний результат у повній мірі, тобто процес мотивування є завуальований. Даний вид мотивації часто використовується на практиці з метою приховування основної мети власника організації – максимізації прибутку.

За ступенем впливу на індивіда мотивація буває:

- сильна;
- слабка.

Сильна мотивація передбачає високий рівень впливу на працівника з метою виконання ним поставлених завдань з використанням сильних стимулюючих факторів.

Слабка мотивація передбачає помірний вплив на працівника за допомогою не суттєвих мотиваційних чинників.

Класифікація мотивації передбачає розгляд її як сукупності мотиваційних чинників. Проте мотивація – це не лише комплекс впливових інструментів стимулювання, але й процес. У цьому аспекті важливо охарактеризувати структуру і послідовність цього процесу.

На основі узагальнення різних наукових підходів до систематизації процесу мотивації

персоналу [2, 4, 8] нами виокремлено такі етапи мотивації:

1 етап: виникнення незадоволених потреб у людини, що змушують її шукати шляхи її розв'язання;

2 етап: активний чи пасивний пошук людиною шляхів задоволення існуючих потреб;

3 етап: визначення конкретних напрямів діяльності задля задоволення потреби;

4 етап: активна діяльність, спрямована на отримання певного результату задля здобуття можливості задоволення потреби;

5 етап: отримання винагороди (результату) за виконану роботу;

6 етап: задоволення потреби за рахунок отриманої винагороди;

7 етап: співставлення «затрачених зусиль» із «отриманою винагородою» та «ефектом від задоволеної потреби»;

8 етап: виникнення нової потреби і перехід до етапу 2 (рис. 3).



Рис. 3. Структура мотиваційного процесу
* Розробка автора.

Як видно із запропонованої структури мотиваційного процесу він є циклічним із наростаючими кількісними і якісними характеристиками, оскільки кожні наступні потреби (за підходом А. Маслоу) є вищого рівня.

IV. Висновки. Таким чином комплексне дослідження існуючих теорій мотивації, сутності поняття «мотивація персоналу», класифікації різних видів мотивації, а також структури мотиваційного процесу дає змогу узагальнити висновок, що враховуючи те, що персонал підприємства є основною рушійною силою, яка активно розвивається, теоретичні підходи теж

заснають значних змін в історичному контексті відповідно до змін суспільно-економічних формацій та рівня життя населення. Тому наукові дослідження задля пошуку більш ефективних мотиваційних інструментів є і будуть актуальними з огляду на швидкі темпи зміни у зовнішньому середовищі з врахуванням особливостей функціонування організацій та підприємств.

1. Гайдученко С. О. Мотивація персоналу. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua/35354.pdf>

2. Резнікова О. С. Класичні теорії мотивації: еволюція підходів. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/45787/27-Reznikova.pdf?sequence=1>

3. Шапиро С. А. Мотивация / С. А. Шапиро. – М. : ГроссМедиа, 2008. – 224 с.

4. Теорії мотивації персоналу. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/45/3148.html>

5. Чірікова Н.М. Мотиваційні теорії персоналу і управління мотивацією праці / Н.М. Чірікова // Молодий вчений. – 2015. – № 11. – С. 109-113.

6. Yakubiv V. Innovative methods in strategic planning of foreign economic activity of enterprises / V.Yakubiv, I. Hryhoruk. // Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University Vol. 1, No. 1 (2017), p1-p2.

7. Якубів В. М. Методика оцінки ефективності роботи персоналу сільськогосподарських підприємств / М.І. Полук, В.М. Якубів // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2017. – № 6. – С. 183-187.

8. "EmployeeMotivation: TheoryandPractice." TeamBuildingTrainingandDevelopment. Web. 17 Jan. 2016. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://www.accelteam.com/motivation>.

УДК 339.138+316.77

Михайлів Г. В., Новосад Я. В., Рожнів О. Я.

ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ІНСТРУМЕНТАМИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Розглянено сутність поняття бренд та брендинг. Визначено як метод просування бренду ресторану використання соціальних мереж. Проаналізовано динаміку зростання

та можливості використання таких соціальних медіа-мереж, як Facebook та Instagram.

Ключові слова: бренд, брендинг, просування, соціальні мережі.

FORMATION THE BRAND MEANS SOCIAL NETWORKS

The essence of the concept of brand and branding is considered. Defined as a method for promoting a restaurant brand using social networks. The dynamics of growth and possibilities

of using such social media networks as Facebook and Instagram are analyzed.

Key words: brand, branding, promotion, social networks.

Вступ. Висококонкурентний ринок споживчих товарів та послуг, постійна боротьба за прихильність покупців, насиченість інформаційних та рекламних каналів зумовлює гостру необхідність відрізнитися від конкурентів. Характерною особливістю діяльності більшості компаній в останнє десятиліття стало збільшення інвестицій в розвиток комунікаційної діяльності, безпосередньо пов'язаний з такими об'єктивними чинниками сучасних бізнес-процесів як посилення боротьби за лояльність споживачів. Саме ці обставини обумовлюють необхідність пошуку нових форм інформаційно-рекламної підтримки бізнесу, ключовим елементом яких як і раніше залишається бренд.

У сучасних умовах бренд являє собою най-

важливіший елемент стратегії розвитку сучасного підприємства і виконує низку найважливіших функцій: сприяє ідентифікації продукту або компанії, стає гарантом різних характеристик товарів, є носієм позитивного іміджу бізнесу. Зростання уваги до проблеми формування і управління брендами також визначається тим, що відомі бренди стають необхідною умовою стійкого положення фірми на ринку, чинником її конкурентоспроможності на різних рівнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Бренд та процес його формування досліджували у своїх працях такі вітчизняні на закордонні науковці як В. В. Герасименко, Ж-Н Капферер, А. В. Крилов, М. В. Лео, О. В. Морозов, М. С. Очковська, Е. Райс, М. Саатчи, Л. М. Шульгіна та ін. Важливість бренду