

Для формування більш диференційованої оцінки значущості чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, у подальших дослідженнях застосуємо метод зваженої оцінки дії чинників, результати якої представимо у профілі середовища.

### **Список використаних джерел і літератури**

1. П'ятіна О. С Основні підходи до сутності корпоративного іміджу в теорії і практиці державного управління. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej12/txts/10pospdu.pdf> (дата звернення 25.03.2020)
2. Прищак М. Д., Лесько О. Й. Психологія управління і організації. URL: [https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/icgn/1lesko\\_psiholog\\_upravlin\\_organizaciyi/462.html](https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/icgn/1lesko_psiholog_upravlin_organizaciyi/462.html)(дата звернення 25.03.2020)
3. Болсун С. А. Професійний імідж керівника навчального закладу // Менеджмент. 2013. № 7–9. С. 379–381.
4. Скібітська Л. І. Організація праці менеджера : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2010. 360 с.
5. Шевченко В. С. Роль і місце іміджу керівника в ефективному управлінні сучасної організації // Соціальна економіка. 2016. № 2. URL: <https://periodicals.karazin.ua/socseconom/article/download/8259/7769/>.

*Миндзя М. О., студентка групи МО-320  
Науковий керівник: к. е. н., доц. Білявський В. М.  
Національний авіаційний університет, м. Київ*

### **СУЧАСНІ СИСТЕМИ ТА ФОРМИ МОТИВУВАННЯ ПРАЦІ**

В сучасних умовах господарювання перед кожним підприємством гостро постає питання підвищення ефективності діяльності, посилення конкурентоспроможності на ринку. Вченими і практиками доведено, що основною рушійною силою розвитку підприємств сьогодні є персонал. Саме людський фактор дозволяє отримати значне зростання продуктивності та ефективності праці, сприяє зростанню прибутків підприємства. Головним чинником активізації трудової діяльності людських ресурсів, підвищення їх внеску у діяльність підприємства є мотивація. Жодне підприємство не функціонуватиме ефективно, якщо не буде розроблено оптимальну систему мотивації праці персоналу, яка б спонукала кожного працювати продуктивно для досягнення особистісних цілей та цілей підприємства. Проте для систем мотивації українських підприємств характерним є односторонність систем мотивації, яка полягає у надання особливого значення заробітній платі та нехтуванні не фінансових, моральних методів мотивації; необдумане копіювання зарубіжних систем мотивації персоналу, що не відповідають рівню розвитку вітчизняних підприємств, їх фінансовим можливостям, умовам господарювання, потребам та менталітету працівників. Це зумовлює необхідність дослідження систем мотивації персоналу на підприємстві та формування ефективної мотиваційної системи [1].

Мотивація являє собою процес спонукання, стимулювання себе чи інших людей до цілеспрямованої поведінки або виконання певних дій, спрямованих на досягнення власної мети або мети організації.

Основна функція мотивації праці персоналу на підприємстві пов'язана з процесом спонукання персоналу до продуктивної діяльності, завдяки формуванню мотивів поведінки для досягнення цілей організації та особистих цілей. Завдяки ефективному мотиваційному механізму можна: підвищити продуктивність праці персоналу на підприємстві, сформувати схильне ставлення персоналу до компанії, розвинути та стимулювати творчу активність персоналу, поліпшити психологічний клімат на підприємстві та інше. Мотивація праці

персоналу дозволяє керівникові отримати від підлеглих досягнення максимальних результатів роботи, через виразне уявлення про особливості їх поведінки [2].

Загалом виділяють два основні види мотивації персоналу – матеріальна та нематеріальна.

Матеріальна мотивація – це найбільш поширений і простий спосіб винагороди працівників. Під матеріальною мотивацією слід розуміти прагнення достатку, певного рівня добробуту, матеріального стандарту життя. Вона являє собою систему матеріальних стимулів праці (заробітна плата, премії, компенсації, відпускні тощо), метою якої є забезпечення співвідношення винагороди працівників з кількістю і якістю їхньої праці. Основними формами матеріальної мотивації є:

- грошові винагороди;
- не грошові винагороди;
- система штрафів.

Нематеріальна мотивація враховує інтереси та особливості працівників та спрямована на задоволення соціальних потреб персоналу. Нематеріальна мотивація праці персоналу включає: можливість кар'єрного зростання, публічне визнання, похвала за успіхи, приємну атмосферу всередині колективу та на підприємстві загалом, комфортні умови праці (зони відпочинку, корпоративні сніданки, обіди, вечери, спортзали), культурні заходи в самій організації, привітання з важливими датами робітника та інше [3].

На зміну традиційним методам мотивації приходять нові, які дозволяють значно підвищити продуктивність праці персоналу та залучити його трудового процесу.

Найбільш прогресивний сучасний метод мотивації – гейміфікація (використання ігрових технологій). Використання гри, як одного з методу мотивації персоналу, розвиває у працівника здоровий азарт стати кращим, перемогти, отримати заслужену винагороду. Найпоширенішими формами геймофікації є: змагання, рейтингові таблиці та корпоративні квести.

Другий не менш ефективний метод мотивації – грейдова система оплати праці. Система грейдів є різновидом матеріальної мотивації персоналу, в основі якої зосереджена оцінка відносної цінності посади на підприємстві та створення ієрархії посад з відповідними окладами. Справедлива, прозора, адекватна очікуванням, конкурентоспроможна, обґрунтована система оплати праці є одним з основних факторів, що працюють на закріплення працівників на підприємстві. Відсутність такої системи приводить до незадоволеності співробітників, зниження мотивації і продуктивності праці, плинності кадрів [4].

Два вищеописані методи мотивації дозволяють значно підвищити продуктивність праці персоналу та роблять атмосферу в колективі компанії більш дружньою.

Розвиток системи мотивації в Україні розпочався ще задовго до її незалежності. Витоки систем мотивації на сучасних українських підприємствах починаються з командно-адміністративного процесу управління, коли всіх працівників тримали в жорстких рамках. Не ефективна система мотивації заклала неправильне підґрунтя для розвитку системи мотивації в сучасній Україні, коли ігноруються інтереси працівника, його бажання та стимули.

На жаль, переважна частина керівників на теперішніх підприємствах використовують недієві методи мотивації та не впроваджують сучасні ефективні способи мотивації персоналу. Така ситуація створює низьку продуктивність праці на підприємствах, незадоволеність працівників роботою та високу плинність кадрів. Менеджменту українських підприємств слід усвідомити, що люди є найголовнішим ресурсом, що саме людський капітал впливає на капіталізацію бізнесу [5]. Без даного розуміння ситуація буде продовжуватися у теперішньому русі, коли значна частка приходить на роботу з фізичної необхідності.

Отже, правильно обраний мотивацій механізм на підприємстві вирішує багато проблем. Не варто впадати в крайнощі з тільки нематеріальної чи матеріальної мотивації.

Необхідно знайти «золоту середину», коли будуть задоволені потреби персоналу та підприємство отримуватиме бажані результати.

### **Список використаних джерел і літератури**

1. Ільєнко Р., Губенко Д. Вплив мотивації персоналу на підвищення рівня продуктивності праці // Проблеми і перспективи економіки та управління. 2016. № 1. С. 58–62.
2. Білявський В. М. Розвиток соціальних програм на рівні торговельного підприємства // Вісник Донец. держ. ун-ту економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. 2005. № 3 (27). С. 117–125.
3. Білявський В. М. Соціальний пакет як інструмент мотивування персоналу торговельного підприємства // Вісник Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. 2007. № 6. С. 62–68.
4. Урманов Ф. Ш. Мотивація – основний чинник ефективності управлінської праці / Ф.Ш. Урманов, А. А. Касімова // Вісник ЖДТУ. 2017. № 4. С. 98–102.
5. Білявський В. М. Людський капітал як інструмент оцінювання конкурентоспроможності організації // Вісник Харків. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. 2017. № 92.

*Мисик В. М., аспірантка*

*Національний університет «Львівська політехніка»*

### **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА СТАНОВЛЕННЯ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ**

Спосіб, за допомогою якого організація займається різноманітними подіями, відомий як поняття «управління подіями». Івент-менеджмент охоплює цілі організації щодо керування подіями, процес призначення основних учасників та зазначення їх обов'язків, управління інструментами та процесами провадження події, конструювання стандартів та процедур подій.

Своє коріння івент-менеджмент впустив ще сотні років тому, хоча тоді ще не існувало загального поняття івент-менеджмент як такого. Ще з давніх-давен організування різного роду подій та зборів сприяло закріпленню миру та дружби між племенами та кланами. Першим відомим менеджером подій була Клеопатра. Вона влаштувала фантастичні прийоми та найкраще впорядковані зустрічами в пошуках другої половинки. Ефектна поява Клеопатри, що легко спускалася по річці Ніл на човні, наповненому свічками та ароматами найкращих парфумів, була націлена на те, щоб справити якнайкраще враження на Марка Антонія, її майбутнього чоловіка. Організація заходів Клеопатри була б неможливою без участі її слуг і додаткової кількості виконавців. Спілкування в той час було дуже обмеженим. Повідомлення надсилалися вручну, а їх доставлення могло зайняти кілька тижнів, якщо не місяців [1].

Розроблення заходів та вечірок продовжувалось і в середньовічній французькій знаті. Багаті аристократичні жінки відповідали за тогочасний івент-менеджмент. Найбільш помітною особою серед таких була мадам Помпадур, коханка короля Франції Людовика XV, а також Марії Антуанетта. Проводилися тематичні вечірки з вишуканими костюмами та за участю популярних музикантів та акторів.

Промислова революція породила потребу в збільшенні кількості та розширенні зустрічей і заходів для багатих аристократів та королівських сімей, щоб затвердити своє положення поза партіями та політичними угрупованнями. Індустріалізація забезпечила посилення економіки та збільшила масштаби виробництва та бізнесу. Для людей виникла необхідність в проведенні зустрічей та заходів, щоб полегшити співпрацю з впливовими людьми та лідерами ринку, а також сприяти розвитку власного бізнесу. Люди почали заробляти більше грошей, а це означало, що вони можуть витратити більше на проведення заходів. Розширення та поява нових видів транспорту надало варіанти та кращі можливості