

15. Хавкіна Л.М. Сучасний український рекламний міф : монографія / Л.М. Хавкіна. – Харків : Харківське історико-філологічне тов-во, 2010. – 352 с.
16. Хавкіна Л.М. Архетип як структурно-семантичний компонент рекламного міфу / Л.М. Хавкіна. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.nbuv.gov.ua/portal/Natural/vkhn/Soc_kom/.../khavkina.pdf (2010 р.) – 6 с.
17. Чеховских К.А. Эстетика в рекламе : учебн. пособ. / К.А. Чеховских; Юргинский технологический ин-т. – Томск : Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – 122 с.

Злупко Л.А., Билан И.С., Дыда К.Ю. Взгляд на рекламу в современных маркетинговых коммуникациях сквозь призму культурного восприятия

Реклама в нашей жизни занимает важную позицию, учитывая, что возникает чисто из-за прагматических соображений производителей, однако, основываясь на методах и приемах, которые обращаются к человеческой психике на уровнях как сознания, так и подсознательном, создает массовую культуру и влияет на внутренний мир индивида.

Ключевые слова: коммуникации, реклама, эстетика, массовая культура.

Zlupko L.A., Bilan I.S., Dyda K.Yu. View on advertising in modern marketing communications through the prism of cultural perception

Advertising in our lives is an important position due to the fact that there is a purely pragmatic considerations by manufacturers but based on the methods and techniques that apply to the human psyche at the consciousness and subconscious level it creates a mass culture and impacts on the psychology of the individual.

Keywords: communications, advertising, aesthetics, mass culture.

УДК 005.95/96:061.5+331.101.3

Доц. Л.Р. Кучер, канд. екон. наук –
Львівська філія Європейського університету

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ТА ПСИХОЛОГІЧНОГО МОТИВУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто вплив чинників нематеріального характеру на мотивування персоналу торговельних підприємств через поділ їх на три групи: психологічні, соціальні та чинники конфліктності. Здійснено аналіз експертного опитування персоналу та виявлення узгодженості їх оцінок.

Ключові слова: мотивування, соціально-психологічний мікроклімат, психологічні чинники, соціальні чинники, рівень конфліктності.

Вступ. Підвищення ефективності діяльності підприємства, від якої залежить зростання виробництва, рівня життя і ВВП (головні завдання сучасності), та і взагалі робота підприємства, неможливі без персоналу. Адже працівники є головним активом підприємства. Сучасні технологія і устаткування, відлагоджена автоматизована система не працюють, або не дають адекватної віддачі без людей, без їх знань і підготовки, без бажання і уміння працювати, без належного мотивування і достатнього стимулювання. Тому людина – це найважливіший ресурс на будь-якому підприємстві. А мотивування і стимулювання працівників є головними показниками, що визначають ефективність їх роботи.

Питання мотивування праці досліджували вітчизняні та зарубіжні вчені. О. Гривківська, Ж. Соловійова, Н. Дацко, О. Дацко, Б. Москаль досліджу-

вали мотивацію праці та її вплив на результати діяльності; С. Агапцов, А. Мордвинцев, П. Фомин, Л. Шаховська та інші звертали основну увагу на проблеми матеріального стимулювання. Однак, на наш погляд, не було чітко виділено соціальне та психологічне мотивування як елемент мотиваційного механізму загалом.

Соціальне та психологічне мотивування працівників визначається рівнем соціально-психологічного мікроклімату в колективі. Тому ми провели дослідження психологічного мікроклімату в колективах мережі торговельних підприємств. З метою дослідження впливу чинників на психологічний мікроклімат ми використали експертний метод. Концептуально процедури евристичних методів передбачають використання людини як "вимірювального приладу" для одержання кількісних оцінок процесів, які через неповноту або недостовірність необхідної для дослідження інформації не підлягають безпосередньому вимірюванню.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз експертних оцінок рівня психологічного мікроклімату в колективі методами математичної статистики та подання рекомендацій стосовно врахування впливу чинників на стан мікроклімату в колективі.

Виклад основного матеріалу. Інформаційною основою дослідження виступали оцінки соціально-психологічного мікроклімату в мережі супермаркетів м. Львова, які зазначили експерти. Ми сформували експертну групу у складі 25 осіб – працівників мережі супермаркетів. Для більш об'єктивного аналізу чинників впливу на соціально-психологічний мікроклімат відібрані експерти були поділені на дві підгрупи – експерти з адміністрації (6 осіб), експерти з оперативних працівників (19 осіб), пропорційно до чисельності цих категорій персоналу, які здійснювали бальове оцінювання чинників впливу на психологічний мікроклімат. Експертна оцінка – це не істинне значення характеристики, що оцінюється, а узагальнена колективна оцінка експертів.

Опрацювання одержаної інформації було здійснене методом ранжування. Рівень мікроклімату в трудових колективах досліджували на основі поділу чинників на три групи: психологічні, соціальні та чинники конфліктності. Під час оброблення даних всі групи чинників були позначені латинськими літерами, що полегшує візуальне сприйняття інформації (табл. 1).

Табл. 1. Умовні шифри психологічних, соціальних чинників та стану конфліктності

Чинник	Позначення
Психологічні чинники	
Відносини між працівниками	A
Відношення до персоналу з боку керівництва	B
Стиль управління, що застосовується на підприємстві	C
Стабільність діяльності підприємства без загрози звільнення працівників	D
Рівень нервового напруження при виконанні роботи	E
Система моральної мотивації працівників	F
Соціальні чинники	
Інформованість про діяльність підприємства	G
Гнучкий робочий час (гнучкий графік)	H

Справедливий розподіл обсягів роботи	I
Справедливий розподіл матеріального стимулювання	J
Відповідність роботи кваліфікації працівника	K
Можливість кар'єрного зростання	L
Умови праці на підприємстві (шум та забруднення на робочому місці)	M
Цікава і змістовна робота	N
Навчання персоналу	O
Корпоративні свята	P
Популярність підприємства	Q
Стан конфліктності	
Рівень конфліктності між працівниками	R
Частота виникнення конфліктів	S
Тривалість конфліктів	T
Повторюваність конфліктів	U
Наслідки конфліктів	V
Методи управління конфліктами	W
Роль керівника при управлінні конфліктами	X

Опрацювання результатів ми розпочали з виявлення узгодження оцінок експертами – працівниками адміністрації. Ранжування та відповідні коефіцієнти вагомості соціальних чинників відображені в табл. 2.

Табл. 2. Ранжування та коефіцієнти вагомості соціальних чинників на основі експертних оцінок працівників адміністрації

Номер експертів за нумерацією	Соціальні чинники										
	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
5	8,0	11,0	3,0	8,0	3,0	8,0	8,0	8,0	3,0	3,0	3,0
10	1,0	11,0	4,0	4,0	4,0	8,5	8,5	8,5	8,5	4,0	11,0
13	4,0	8,5	4,0	4,0	8,5	4,0	8,5	4,0	8,5	1,0	11,0
18	9,5	11,0	9,5	6,0	6,0	1,0	6,0	7,0	2,5	2,5	6,0
19	1,0	9,0	9,0	4,0	4,0	4,0	9,0	9,0	9,0	4,0	4,0
23	4,0	8,0	10,5	8,0	1,0	4,0	4,0	10,5	8,0	4,0	4,0
Коефіцієнт вагомості	0,0681	0,1448	0,0990	0,0842	0,0656	0,0730	0,1089	0,1163	0,0978	0,0458	0,0965

Згідно з даними, отримали найвищий коефіцієнт вагомості та виявили, що потребують уваги керівництва такі соціальні чинники, як гнучкий графік праці (H), цікава і змістовна робота (N), умови праці на підприємстві (M). Позитивну оцінку отримали такі соціальні чинники, як корпоративні свята (P), відповідність роботи кваліфікації працівника (K), інформованість про діяльність підприємства (G). Для оцінки узгодженості думок групи з *m* експертів відносно *n* чинників застосовується коефіцієнт конкордації (табл. 3).

Значення розрахованого коефіцієнта конкордації становить 0,184596. Це свідчить про те, що узгодженість думок респондентів є низькою, тобто немає єдиного погляду на досліджуване питання. Коефіцієнти вагомості психологічних чинників, які проаналізували експерти (працівники адміністрації), подано в табл. 4.

Табл. 3. Розрахунок коефіцієнта конкордації для групи соціальних чинників

Чинники	$\sum_{j=1}^m x_{ij}$	$\frac{1}{2}m(n+1)$	Відхилення	Квадрати відхилень
G	27,5	36,0	-8,5	72,25
H	58,5	36,0	22,5	506,25
I	40,0	36,0	4,0	16,00
J	34,0	36,0	-2,0	4,00
K	26,5	36,0	-9,5	90,25
L	29,5	36,0	-6,5	42,25
M	44,0	36,0	8,0	64,00
N	47,0	36,0	11,0	121,00
O	39,5	36,0	3,5	12,25
P	18,5	36,0	-17,5	306,25
Q	39,0	36,0	3,0	9,00
Коефіцієнт конкордації	0,184596			

Табл. 4. Ранжування та коефіцієнти вагомості психологічних чинників на основі експертних оцінок працівників адміністрації

Чинники	Респонденти						Сума рангів	Коефіцієнт вагомості
	5	10	13	18	19	23		
A	5,0	5,5	4,5	5,5	4,0	5,5	30,0	0,23809
B	2,0	2,0	4,5	2,0	1,5	3,0	15,0	0,11905
C	2,0	4,0	1,5	4,0	4,0	3,0	18,5	0,14682
D	5,0	2,0	4,5	2,0	4,0	1,0	18,5	0,14682
E	5,0	5,5	4,5	5,5	6,0	5,5	32,0	0,25397
F	2,0	2,0	1,5	2,0	1,5	3,0	12,0	0,09524
Σ							126	1,00000

Отримані результати дають підставу вважати, що такі психологічні чинники, як система морального мотивування працівників (F), ставлення до персоналу з боку керівництва (B), отримали високу оцінку респондентами, і можна вважати, що вони мають позитивний вплив на діяльність працівників. Однак, такі чинники, як рівень нервового напруження при виконанні роботи (E), відносини між працівниками (A), потребують додаткової уваги з боку керівництва. У табл. 5 відображено розрахунок коефіцієнта конкордації для психологічних чинників, які оцінили експерти.

Табл. 5. Розрахунок коефіцієнта конкордації психологічних чинників, які визначили експерти – працівники адміністрації

Чинники	Респонденти						$\sum_{j=1}^m x_{ij}$	$\frac{1}{2}m(n+1)$	Відхилення	Квадрати відхилень	
	5	10	13	18	19	23					
A	5,0	5,5	4,5	5,5	4,0	5,5	30,00	21,0	9,0	81,00	
B	2,0	2,0	4,5	2,0	1,5	3,0	15,00	21,0	-6,0	36,00	
C	2,0	4,0	1,5	4,0	4,0	3,0	18,50	21,0	-2,5	6,25	
D	5,0	2,0	4,5	2,0	4,0	1,0	18,50	21,0	-2,5	6,25	
E	5,0	5,5	4,5	5,5	6,0	5,5	32,00	21,0	11,0	121,00	
F	2,0	2,0	1,5	2,0	1,5	3,0	12,00	21,0	-9,0	81,00	
Коефіцієнт конкордації								0,52619			

Значення коефіцієнта конкордації в цьому випадку становить 0,52619, що свідчить про середню узгодженість оцінок експертів стосовно впливу психологічних чинників на соціально-психологічний мікроклімат у досліджуваній мережі. Одним із важливих чинників впливу на соціально-психологічний мікроклімат відносин між працівниками має також стан конфліктності в колективі (табл. 6).

Табл. 6. Ранжування та коефіцієнти вагомості рівня конфліктності на основі експертних оцінок працівників адміністрації

Чинники	Респонденти						Сума стандартизованих рангів	Коефіцієнт вагомості
	5	10	13	18	19	23		
R	7,0	6,5	7,0	3,5	5,5	7,0	36,5	0,21726
S	3,5	6,5	4,5	6,0	7,0	5,0	32,5	0,19345
T	3,5	3,0	4,5	3,5	2,5	2,0	19,0	0,11309
U	3,5	3,0	4,5	6,0	2,5	5,0	24,5	0,14583
V	3,5	3,0	4,5	6,0	5,5	2,0	24,5	0,14583
W	3,5	3,0	1,5	1,5	2,5	2,0	14,0	0,08333
X	3,5	3,0	1,5	1,5	2,5	5,0	17,0	0,10119
Σ							168,0	1,00000

Згідно з отриманими результатами, найвищою позитивною оцінкою експерти відзначили такі чинники, як методи управління конфліктами (W) та роль керівництва при управлінні конфліктами (X). Найвищий коефіцієнт вагомості, тобто негативне значення, мають рівень конфліктності між працівниками (R) і частота виникнення конфліктів (S), що вимагає від керівництва активнішої участі під час вирішення конфліктів між працівниками. Розрахований коефіцієнт конкордації для чинників конфліктності відображено в табл. 7.

Табл. 7. Розрахунок коефіцієнта конкордації думок експертів з адміністрації щодо рівня конфліктності між працівниками

Чинники	Респонденти						$\sum_{j=1}^m x_{ij}$	$\frac{1}{2}m(n+1)$	Відхилення	Квадрати відхилень
	5	10	13	18	19	23				
R	7	6,5	7,0	3,5	5,5	7,0	36,5	24	12,5	156,25
S	3,5	6,5	4,5	6,0	7,0	5,0	32,5	24	8,5	72,25
T	3,5	3,0	4,5	3,5	2,5	2,0	19,0	24	-5,0	25,00
U	3,5	3,0	4,5	6,0	2,5	5,0	24,5	24	0,5	0,25
V	3,5	3,0	4,5	6,0	5,5	2,0	24,5	24	0,5	0,25
W	3,5	3,0	1,5	1,5	2,5	2,0	14,0	24	-10,0	100,00
X	3,5	3,0	1,5	1,5	2,5	5,0	17,0	24	-7,0	49,00
Коефіцієнт конкордації							0,399802			

Отримане значення коефіцієнта конкордації 0,399802 свідчить про попірну узгодженість оцінок експертів щодо впливу рівня конфліктності на стан соціально-психологічного мікроклімату в торговельній мережі. Аналізуючи результати оцінювання експертів (працівників адміністрації) – можна зазначити, що спостерігається найвищий рівень узгодженості думок стосовно психологічних чинників і найменш узгоджені оцінки соціальних чинників, а

вплив цих чинників на соціально-психологічний мікроклімат в аналізованій мережі є реальним. Аналіз соціальних чинників, які оцінили оперативні працівники дав змогу отримати результати, наведені у табл. 8.

Табл. 8. Ранжування та коефіцієнти вагомості соціальних чинників на основі оцінок оперативних працівників

Чинники	Сума стандартизованих рангів	Коефіцієнт вагомості
P	43,0	0,03429
J	77,5	0,06180
O	84,0	0,06699
L	90,5	0,07217
G	101,0	0,08054
M	122,0	0,09729
K	123,0	0,09809
Q	127,5	0,10168
I	142,0	0,11323
N	150,0	0,11962
H	193,5	0,15431

Розрахований коефіцієнт конкордації для цієї групи чинників становить 0,421103, тобто узгодженість думок між оперативними працівниками стосовно оцінок соціальних чинників є середньою, що, своєю чергою, підвищує загальну достовірність отриманих даних. Коефіцієнти вагомості для психологічних чинників, які проаналізували оперативні працівники супермаркетів, відображено в табл. 9.

Табл. 9. Ранжування та коефіцієнти вагомості психологічних чинників на основі експертних оцінок оперативних працівників

Чинники	Сума стандартизованих рангів	Коефіцієнт вагомості
A	61,0	0,15288
B	61,0	0,15288
C	67,0	0,16792
D	57,5	0,14411
E	93,0	0,23308
F	59,5	0,14912

З табл. 9 видно, що найбільш вагому оцінку працівників отримав такий чинник, як стабільність діяльності підприємства без загрози звільнення працівників (D). Негативну низьку оцінку та найвищий коефіцієнт вагомості отримали такі чинники, як рівень нервового напруження при виконанні роботи (E) та стиль управління (C), що застосовується у торговельній мережі. Іншими словами, працівники впевнені в майбутньому місці праці, але високе нервове напруження і стиль управління негативно впливають на їхню роботу.

При цьому розрахований коефіцієнт конкордації є відносно низьким і становить 0,14052236, тобто між експертами немає узгоджених оцінок щодо досліджуваної проблеми. Стан конфліктності у супермаркетах за оцінками оперативних працівників характеризує табл. 10.

За оцінками експертів, найвищий коефіцієнт вагомості отримали такі чинники, як рівень конфліктності між працівниками (R) та частота виникнен-

ня конфлікту (S), що негативно впливають на відносини між працівниками. Найнижчий коефіцієнт вагомості та позитивну оцінку мають такі чинники, як роль керівника в управлінні конфліктами (X) та методи управління ними (W). Над такими результатами варто поміркувати керівництву мережі супермаркетів під час вироблення стратегії і тактики управління конфліктними ситуаціями. Коефіцієнт конкордації у цій групі чинників становить 0,308376.

Табл. 10. Ранжування та коефіцієнти вагомості конфліктності на основі оцінок оперативних працівників

Чинники	Сума стандартизованих рангів	Коефіцієнт вагомості
R	37,5	0,21335
S	21,5	0,18327
T	-3,5	0,13628
U	-12,5	0,11936
V	4,0	0,15038
W	-20,0	0,10526
X	-27,0	0,09211

Загальні значення коефіцієнтів конкордації стосовно різних груп чинників і всіх груп експертів відображено в табл. 11.

Табл. 11. Узагальнена таблиця коефіцієнтів конкордації для різних груп чинників за результатами експертного оцінювання

Група чинників	Коефіцієнт конкордації	
	працівники адміністрації	оперативні працівники
Соціальні чинники	0,18459	0,42111
Психологічні чинники	0,52619	0,14052
Стан конфліктності	0,39981	0,30838

Отже, найвище значення коефіцієнта конкордації отримали психологічні чинники, що оцінювала адміністрація. Опитані працівники виявили високу узгодженість стосовно позитивного впливу психологічних чинників, таких як: система морального мотивування працівників, ставлення до персоналу з боку керівництва, і негативного впливу таких чинників, як: рівень нервового напруження при виконанні роботи, відносини між працівниками. Достатньо високе значення коефіцієнта конкордації стосовно соціальних чинників за оцінками оперативних працівників.

Висновки. Якісну позитивну оцінку впливу на соціально-психологічний мікроклімат колективу отримали корпоративні свята, а найбільш негативний вплив за висновками і працівників адміністрації, і оперативних працівників з групи соціальних чинників має гнучкий графік роботи.

У групі психологічних чинників найвищий коефіцієнт вагомості та негативну оцінку отримав чинник "рівень нервового напруження при виконанні роботи" – він збігається в обох групах опитаних працівників.

У групі чинників конфліктності погляди двох груп експертів знову збіглися – якісну оцінку отримали методи управління конфліктами та ролі керівництва під час управління конфліктами, а найвищий коефіцієнт вагомості та негативний вплив мають рівень конфліктності між працівниками і частота виникнення конфліктів.

Література

1. Гривківська О.В. Проблеми мотивації праці управлінського персоналу / О.В. Гривківська, Ж.В. Соловійова // Актуальні проблеми економіки : наук. економ. журнал. – 2008. – № 9 (87). – С. 86-91.
2. Дацко Н.В. Шляхи підвищення ефективності роботи персоналу торговельного підприємства / Н.В. Дацко, О.І. Дацко, Б.С. Москаль // Торгівля, комерція, підприємництво: зб. наук. праць. – Львів : Вид-во Львівської КА, 2008. – 356 с.
3. Мотивация труда как фактор повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия / С.А. Агапцов, А.И. Мордвинцев, П.А. Фомин, Л.С. Шаховская. [Электронный ресурс]. – Доступный з http://www.cis2000.ru/publish/books/book_61/index.shtml
4. Котляров И.Д. Применение количественных методов для анализа мотивации к труду / И.Д. Котляров // Вестник Оренбургского государственного университета : научно-практ. журнал. – 2007. – № 8. – С. 122-130.

Кучер Л.Р. Особенности социального и психологического мотивирования персонала торговых предприятий

Рассмотрено влияние факторов нематериального характера на мотивацию персонала предприятий торговли путем их деления на три группы: психологические, социальные и факторы конфликтности. Проанализирован экспертный опрос персонала та согласованность их оценок.

Ключевые слова: мотивирование, социально-психологический микроклимат, психологические факторы, социальные факторы, уровень конфликтности.

Kucher L.R. Features of social and psychological motivation of personnel of enterprises of trade

Influence of factors of immaterial character is considered on motivation of personnel of enterprises of trade by their division on three groups: psychological, social and factors of conflict. The expert questioning of personnel is analysed that coordination of their estimations.

Keywords: motivation, social-psychological microclimate, psychological factors, social factors, level of conflict.

УДК 005:658.0+331.101.3 Доц. І.І. Свидрук, канд. екон. наук – Львівська КА

УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ТВОРЧОГО РОЗВИТКУ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВ

Обґрунтовано необхідність активізації управління мотивацією творчого розвитку працівників підприємств. Систематизовано класифікацію основних типів мислення та основних стилів творчого мислення. Запропоновано вирішення проблеми мотивації творчого розвитку працівників.

Ключові слова: мотивація, управління, креативний менеджмент, творчий розвиток, типи мислення, латеральне мислення, стилі творчого мислення.

Постановка проблеми. Однією з найважливіших функцій сучасного менеджменту є мотивація творчого розвитку працівників. В умовах ієрархії управління та кризових умовах економіки спонукання до творчості ускладнюється такими чинниками: збільшення часу і "вартості" розробки рішення, консерватизм та інерційність, блокування індивідуального внеску в управлінське рішення, вирішення глобальних проблем подолання кризи тощо. Навіть за ефективного мотиваційного механізму, що діє на підприємстві, керівництво вітчизняних організацій фрагментарно (переважно ситуаційно) приді-