

центральною умов якого є інтерактивний зв'язок з покупцем. Коли людина починає сам приймати рішення у відборі майбутніх об'єктів інфраструктури, він, в більшості випадків, відчуває близьку причетність до реалізації проекту. Таким чином, можна підвищити довіру кінцевого споживача до проекту.

Досить часто піарники використовують додаткові опції на промислових сайтах компанії або об'єкта, які забезпечують їм зв'язок з клієнтами. Такі опції на власних промислових сайтах компаній ринку нерухомості - теж в певному сенсі PR, Інфографіка і різні інтерактивні сервіси, наприклад пряма трансляція відео з будівництва, онлайн-бронювання квартири - це вже must have. У найбільш просунутих є 3D-тури та інші «фішки». У багатьох є сервіси «Замовити дзвінок» або «Відправити заавку».

Звичайно, це далеко не всі прийоми, які використовують сучасні піарники, але найчастіші. Крім них, деякі експерти також згадували про блоги керівників. Якщо точка зору автора збігається з думкою читача або ж про автора складається уявлення як про гуру, у користувача створюється довірливе ставлення до всієї компанії в цілому і до її послуг і змушує його стати клієнтом компанії.

Не менш успішним вважаються комплексні інформаційні кампанії, що поєднують в собі відразу кілька методів.

ПОНЯТТЯ МОТИВАЦІЇ ТА МОТИВІВ. ВИЗНАЧЕННЯ ПРЕДМЕТНОЇ ГАЛУЗІ І ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ПОНЯТЬ

Чернишов Ю.І.

Науковий керівник – Гнатенко М.К., канд. екон. наук, ст. викладач

Вперше термін «мотивація» був вжитий А. Шопенгауером в статті "Чотири принципи достатньої причини". Це поняття служило в психологічному середовищі для пояснення причин поведінки людини і тварин. В даний час поняття мотивації зустрічається досить часто і трактується як:

- а) сукупність чинників, що визначають поведінку;
- б) сукупність мотивів;
- в) спонукання, що викликає активність організму і визначає його спрямованість.

На підставі цього, мотивацію можна розділити на два напрямки:

1. мотивація як сукупність чинників, що визначають поведінку;
2. мотивація як процес.

Відповідно до першої позиції, мотивація обумовлена потребами і цілями особистості, рівнем домагань і ідеалами, умовами діяльності

(внутрішніми і зовнішніми), світоглядом, переконаннями і спрямованістю особистості.

Друга позиція розглядає мотивацію як динамічну освіту, як процес, механізм.

Зупинимось докладніше на взаємозв'язку понять мотивації та мотиву в психології. В основному вважається, що мотивація виступає первинною по відношенню до мотиву.

В.А. Іванніков вважає, що процес мотивації починається з актуалізації мотиву, тобто мається на увазі, що мотив дано вже готовим. На думку Р.А. Пілоян мотивація і мотиви взаємопов'язані, взаємообумовлені категорії.

Мотиви дії формуються на базі певної мотивації (тобто мотиви вторинні). Таким чином, в розумінні співвідношень між мотивацією і мотивом немає єдиної думки.

В.Г. Леонт'єв виділив два типи мотивації: первинна, яка проявляється у формі потреби, потягу, драйву, інстинкту, і вторинна, яка виявляється у формі мотиву. Отже, в даному випадку теж є отожднення мотиву з мотивацією. В.Г. Леонт'єв вважає, що мотив як форма мотивації виникає тільки на рівні особистості і забезпечує особистісне обґрунтування рішення діяти в певному напрямку для досягнення певних цілей.

Так що ж таке мотивація і мотиви?

Мотивація - це сукупність спонукальних чинників, що визначають активність особистості; до них відносяться мотиви, потреби, стимули, ситуативні чинники, які детермінують поведінку людини.

Мотиви - це відносно стійкі прояви, атрибути особистості. Наприклад, стверджуючи, що певній людині притаманний пізнавальний мотив, ми можемо мати на увазі, що в багатьох ситуаціях у нього проявляється пізнавальна мотивація. Незважаючи на те, що мотиви є відносно стійкими утвореннями особистості, мотивація включає в себе не тільки мотиви, а й ситуативні фактори (такі як вплив різних людей, специфіка діяльності та ситуації). Такі "ситуативні чинники як складність завдання, вимоги керівництва, установки оточуючих людей, впливають на мотивацію людей в певних умовах.

Термін мотивація використовується в усіх областях психології, які досліджують причини і механізми поведінки людини і тварин.

Мотивація - це один з найважливіших факторів, який забезпечує успіх діяльності. Як відомо, будь-яка діяльність є полімотивованою, тобто збуджується не одним мотивом, а кількома, іноді навіть багатьма мотивами. Залучення якомога більшої кількості потреб підвищує загальний рівень мотивації діяльності. Не тільки одна і та ж потреба може

втілюватися в різних об'єктах, але в одному і тому ж об'єкті можуть втілюватися різноманітні потреби.

Є всі підстави припускати, що число мотивів, які активізуються і спонукають до діяльності, визначають загальний рівень мотивації.

Як вже говорилося, до діяльності людини спонукають кілька мотивів, які утворюють мотиваційний комплекс. Одні мотиви в цій системі мають провідне значення і більшу спонукальну силу. Вплив інших мотивів менший: вони мають слабку збуджуючу силу і перебувають знизу ієрархії мотивів.

Отже, загальний рівень мотивації залежить від:

1. Кількості мотивів, які спонукають діяльність;
2. Актуалізації ситуативних чинників;
3. Спонукаючої сили кожного з цих мотивів.

Така закономірність стосується мотиваційної саморегуляції. Коли необхідно виконати певну діяльність, але не вистачає мотивації, слід активізувати додаткові мотиви.

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Абрамкіна С.О.

Науковий керівник – Гнатенко М.К., канд. екон. наук, ст. викладач

На кожному підприємстві завжди є проблеми, одна з головних - управління персоналом. Наше покоління не стоїть на місці, все змінюється і вдосконалюється, але ця проблема завжди буде в списку лідируючих.

В складовій розвитку підприємства дуже важливим фактором є персонал і вище стоїть керівництво над ним. Я дуже часто чую про «командний дух», «гордості за свою команду». Начебто всі знають про це і говорять, психологи проводять різні тренінги по «тімбілдінг», намагаються підвищити ефективність роботи персоналу, але всі спроби марні.

Деякі управлінці, які говорять про командну роботу, при вигляді справжньої згуртованості приходять в жах. Дійсно, згуртована команда являє собою небезпеку для її ворогів, Джон Коттер сказав: Удосконалюючи лідерські якості, компанії повинні пам'ятати, що сильне лідерство в поєднанні зі слабким менеджментом не краще, а часом навіть гірше, ніж слабе лідерство і сильний менеджмент.”

Давайте уявимо, що бізнес - це гра, а команда - це учасник гри. Щоб перемогти потрібен ще один елемент гри-це противник.

За визначенням класика менеджменту Л. Рона Хаббарда: «Гра - це те, що складається з свобод, перешкод і цілей».