

10. Кузнєцова О.В. Щодо сутності економічної ефективності / О.В. Кузнєцова // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті : зб. наук. праць. – Вип. 4(49). – Одеса : ОНМУ, 2014. – С. 178-189.
11. Кузнєцова О.В. Соціальна ефективність підприємства: сутність та визначення / О.В. Кузнєцова // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2015. – № 1(221). – С. 53-67.
12. Кузнєцова О.В. Тенденції розвитку мережі Інтернет України / О.В. Кузнєцова // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – Вип. 13, ч. 3. – Херсон. – 2015. – С. 74-77.
13. Воробієнко П.П. Проблеми використання закономірностей впливу ІКТ на економічний розвиток країни [Текст] / П. Воробієнко, В. Гранатуров // Економіка України. – 2011. – № 8. – С. 26-33.
14. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Офіційний веб-сайт. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

УДК 331.101.3:631.11

Нестерович А.В.
*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри економічної теорії
Львівського національного аграрного університету*

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

У статті узагальнено теоретичні основи формування мотивів та визначено сутність мотивації праці в умовах формування нових економічних відносин у сільському господарстві. Визначено характер впливу соціальних, економічних та організаційних чинників на трудову активність персоналу сільськогосподарських підприємств та формування у них мотивів до ефективної праці. Обґрунтовано можливості застосування сучасних форм стимулювання персоналу сільськогосподарських підприємств з метою підвищення ефективності їхньої праці та орієнтацію на перспективи розвитку підприємств. Розроблено пропозиції щодо вдосконалення оцінювання праці у сільському господарстві як основи її мотивації.

Ключові слова: мотивація, мотиваційний процес, персонал, сільськогосподарське підприємство, форми мотивації.

Нестерович А. В. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

В статье обобщены теоретические основы формирования мотивов и определена сущность мотивации труда в условиях формирования новых экономических отношений в сельском хозяйстве. Обосновано, что мотивация к труду является одним из ключевых факторов, определяющих качество человеческих ресурсов предприятия и результативность их работы. Разработана система материальных и нематериальных мотиваторов, адаптированных для сельскохозяйственных предприятий. Предложена система мотивации труда и алгоритм ее внедрения, которые направлены на реализацию ключевых задач мотивационного процесса, охватывают разные уровни предприятия, непосредственных исполнителей, их функциональные обязанности, полномочия и ответственность.

Ключевые слова: мотивация, мотивационный процесс, персонал, сельскохозяйственное предприятие, формы мотивации.

Nesterovych A.V. WORK MOTIVATION AT THE AGRICULTURAL FACTORIES

In the article theoretical basis of the formation of motives are generalized and the essence of the work motivation in the context of new economic relations formation in agriculture is defined. The impact character of social, economic and organizational factors on occupational personnel activity of the agricultural farms is determined and forming their motivation to work effectively. The possibilities of using modern forms of staff stimulation at agricultural enterprises are proved to improve effectiveness of their work and orientation on the perspective of the enterprise development. Suggestions for improving work assessment in agriculture as the basis of its motivation are developed.

Keywords: motivation, motivation process, personnel, agricultural factory, stimulation form.

Постановка проблеми. У результаті політичних та економічних перетворень, що відбувалися в Україні протягом останніх десятиліть, національна економіка зазнала кардинальних змін. Значною мірою трансформації стосувалися й аграрного сектора економіки. При цьому на мікрорівні, тобто на рівні сільськогосподарських підприємств, зміни відбувалися не лише у сфері організаційно-правових, а й у сфері управлінських відносин. Зокрема, нових рис набула система менеджменту в господарських структурах, впроваджуються нові методи та підходи в управлінні ними. Оскільки у сучасних умовах кожне підприємство зацікавлене в якнайефективнішому використанні своїх ресурсів, у тому числі трудових, дедалі більшого значення набуває стимулювання працівників до продуктивнішої та якіснішої праці. Мотивація праці, методи її підвищення зайняли чільне місце в системі менеджменту аграрних підприємств.

У розвинутих країнах давно зрозуміли, що мотивація праці є важливим засобом впливу на трудову

поведінку працівників. У системі менеджменту персоналу мотивація є основною функцією, завданням якої є вивчення мотивів і особливостей поведінки персоналу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання підвищення продуктивності праці за рахунок різних форм і методів мотивації давно цікавлять вітчизняних і зарубіжних учених. Основу досліджень мотивації працівників сформулювали класики економічної та управлінської науки, зокрема Ч. Бернард, М. Вебер, О. Герберд, П. Друккер, А. Маслоу, Д. Макклеланд, А. Маршалл, Дж. Мейо, А. Сміт, А. Файоль та ін. Серед вітчизняних учених проблеми мотивації досліджували Н. Балабанов, В. Данюк, С. Клімова, Е. Ким, А. Колот, О. Куценко, О. Кузьмін, Ю. Максимець, В. Петюх, Т. Хомуленко та ін. Особливості мотивації сільськогосподарської праці розглянуто у працях В. Галанця, А. Липчука, В. Липчука, Т. Олійник, Л. Червінської та ін. Більшість із зазначених авторів наголо-

шують на матеріальних методах мотивації працівників, оскільки вони відчутніші та підлягають виміру. Проте, на нашу думку, не менш важливою є нематеріальна складова мотивації, якій приділяють незначну увагу дослідники менеджменту, особливо ті, які досліджують сільськогосподарську працю.

Постановка завдання. Особливістю нових підходів до мотивації праці є не лише її роль у підвищенні ефективності праці, а й формування настанов працівникам щодо професійного зростання, ідентифікації себе з підприємством, орієнтація на його майбутні цілі та стратегії. Це вимагає нових підходів до формування системи мотивації праці у сільському господарстві з урахуванням особливостей галузі, виробничих процесів у ній та функціонування підприємств різних форм і типів, що зумовило вибір теми, актуальність, теоретичну та практичну значущість дослідження.

Метою дослідження є розробка теоретико-методичних основ та концептуальних підходів до організації системи мотивації праці у сільськогосподарських підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основою мотивації праці кожної особи є її потреби. Під час дослідження потреб, важливе розуміння джерел, за рахунок яких вони покриваються. Для працівників сільськогосподарських підприємств такими джерелами можуть бути три основні: сільськогосподарські підприємства, держава, особиста (поза основним місцем праці) діяльність персоналу (рис. 1).

Якщо сільськогосподарське підприємство не забезпечує своєму працівнику рівень доходу, який задовольнив би його потреби, більшого значення серед джерел покриття потреб особи набувають особиста діяльність і державна допомога, що є вкрай небажаним явищем. Щодо першого, працівник менше турбуватиметься про позитивний результат за основним місцем праці, а більше шукатиме додаткових джерел доходів, що загалом зменшуватиме його



Рис. 1. Джерела покриття потреб працівників сільськогосподарських підприємств

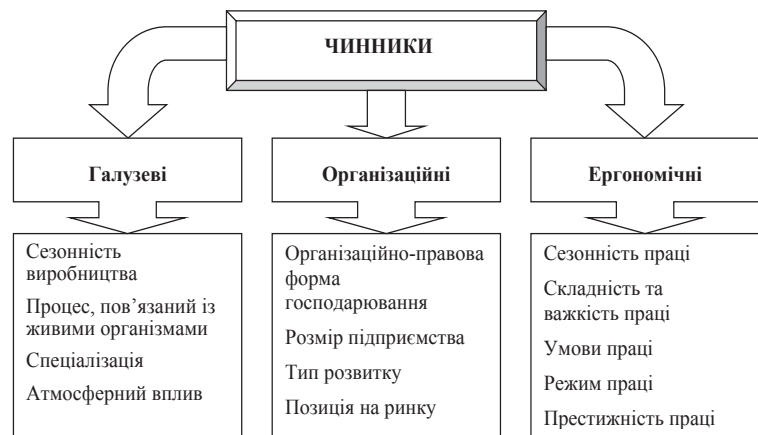


Рис. 2. Чинники, що визначають особливості мотивації праці у сільськогосподарських підприємствах

продуктивність. Щодо другого, оскільки у сучасних складних умовах держава мінімізує виплати на матеріальну підтримку працездатного сільського населення, не виправдані сподівання на таку підтримку можуть набути негативних соціальних і політичних виявів.

Дослідження підтверджують доцільність розділу мотивів трудової поведінки і діяльності працівників сільськогосподарських підприємств на чотири основні групи: матеріальні, духовні, виробничо-побутові та соціальні.

Особливості мотивації праці у сільському господарстві зумовлені трьома групами причин: пов'язаних із особливостями сільського господарства як сфери діяльності, особливостями сільськогосподарської праці та організаційними чинниками (рис. 2).

Мотивація має великий вплив на виконання працівником своєї роботи, своїх виробничих обов'язків. Однак між мотивацією та кінцевим результатом діяльності немає однозначної залежності. Може бути так, що людина більш вмотивована на виконання своєї роботи, дає результати гірші, ніж людина менш вмотивована, або навіть слабо вмотивована. Відсутність однозначного зв'язку між мотивацією та кінцевим результатом діяльності обумовлено тим, що на результати праці впливає безліч інших чинників, таких як кваліфікація та здібності працівника, правильне розуміння ним виконуваного завдання, вплив на процес роботи з боку оточення, везіння тощо.

Оцінка мотивації працівників сільськогосподарських підприємств передбачає вирішення таких ключових питань: доцільності застосування різних форм мотивації; вивчення внутрішніх можливостей стимулювання праці працівників; встановлення ефективності застосування прийнятої системи мотивації праці; формування системи показників оцінки праці та застосування окремих форм мотивації праці.

Основа формування заробітної плати у сільськогосподарському виробництві становлять: вид роботи, яку виконують; компетенція працівника; результати роботи (індивідуальні у сфері реалізації завдань або визначених цілей, колективні або групові – результати підприємства як сукупності); ринкові критерії.

Рівень і співвідношення окремих елементів оплати праці формуються під впливом багатьох чинників, але центральне значення належить оцінюванню праці. Воно утворює основу формування рівня і принципів співвідношень основних ставок оплати праці, безпосередньо впливає на форму рухомих складників оплати праці, рівень яких залежить від основної оплати. Результати оцінювання праці дають змогу визначити вихідні співвідношення, які потім залежно від потреб можуть бути кориговані іншими чинниками диференціювання оплати праці, наприклад, фінансовим станом підприємства, ринком праці, рівнем інфляції тощо. Основне значення оцінювання праці полягає в тому, що вона забезпечує раціональну структуру заробітної плати, створення раціональної ієрархії зарплатні.

Процес оцінювання праці працівників складається з підготовчої (встановлення мети та сфери оцінки; підготовки оцінюючих; розробки інструментів оцінки; вибору методу і процедури оцінки) та виконавчої (проведення оцінки; використання ефектів оцінки до реалізації встановлених цілей; діагностика процесу оцінювання, пропозиції на майбутнє; нагромадження та обробка результатів) стадій, які передбачають врахування відповідних методичних положень і розробку необхідного інструментарію оцінювання.

Система дій щодо формування системи мотивації в різних сільськогосподарських підприємствах здебільшого має однакову логіку. На нашу думку, типовий алгоритм впровадження нової системи мотивації праці у підприємстві повинен складатися з низки послідовних етапів, зокрема з вивчення потреб працівників; проектування мотиваційної системи; визначення обсягу фінансових ресурсів для нової системи мотивації; ознайомлення працівників з метою, місією і стратегією підприємства; визначення переліку цілей для окремих працівників; інформування підлеглих щодо ефективності їх праці й критеріїв оцінки; анкетування працівників щодо оцінки впровадженої системи мотивації; періодичний аналіз результатів праці працівника; визначення відповідності працівників обійманій посаді; поточна мотивація; контроль ефективності застосованої системи мотивації праці.

Таблиця 1

Завдання та пропоновані системи мотивації праці через її оплату та складники її реалізації

Завдання системи мотивації підприємства	Складові заробітної плати
Пошук і збереження цінних працівників	Основна заробітна плата
Забезпечення ефективної праці на посадах	Премія
Мотивація творчості та інноваційності	Премія
Мотивація активності, підприємництва і понаднормової діяльності	Премія
Заохочення до прийняття більшої відповідальності	Основна заробітна плата, премія
Заохочення до колективної групової праці	Групова (колективна) премія
Заохочення до розвитку компетенції та кар'єрного росту	Основна заробітна плата
Заохочення до належного та лояльного ставлення до керівника (працедавця)	Основна заробітна плата
Реалізація стратегічних цілей підприємства	Премія

Запропоновано систему мотиваторів праці в сільському господарстві з поділом їх на матеріальні та нематеріальні. Перші з них утворюють основна оплата праці з відповідними доповненнями та неплатіжні мотиватори, другі – пов'язані з психологічною, організаційною та технічною сферами господарської діяльності. Їх застосування залежатиме від типу та стану розвитку сільськогосподарського підприємства.

Елементи позарплатного мотивування можна згрупувати на такі, що існують у вигляді матеріальної та нематеріальної мотивації. До першої групи належать елементи матеріального характеру, які не є прямими грошовими виплатами. Ці елементи часто утворюють основу кафетерійної мотивації. Вибір і застосування нагород негрошового характеру значною мірою зумовлюють культурні чинники. Вони пов'язані як з організаційною культурою підприємства, так і з культурою суспільства загалом.

Друга група елементів позарплатного мотивування – це нематеріальні стимули, які можна поділити на:

- зовнішні стосовно здійснюваної роботи (похвали, догани, думки);
- безпосередні умови роботи (міжлюдські стосунки, збільшення ступеня свободи, участь в управлінні тощо).

Розглядаючи ефективно застосування заробітної плати, доцільно підібрати її форму відповідно до характеру виконуваних на підприємстві завдань (табл. 1). Вибір форми заробітної плати має залежати і від способу оцінювання роботи конкретного працівника.

Максимальне застосування різних форм мотивації можливе лише у великих за розмірами сільськогосподарських підприємствах, які розвиваються. Натомість у малих банкрутуючих сільськогосподарських підприємствах може бути застосовано мінімальну кількість форм мотивації. Враховуючи, що нематеріальні мотиватори у психологічній сфері не потребують значних коштів, усі вони можуть застосовуватися без суттєвих обмежень у різних типах підприємств. Основною формою мотивації в усіх підприємствах є заробітна плата, адже її виплата є обов'язковою. Проте менеджменту різних підприємств слід запровадити її таким чином, щоб вона відігравала максимальну мотивуючу роль.

Використання стратегічного підходу до управління мотивацією у сільському господарстві порівняно із традиційним підходом:

- розширює часовий горизонт прийнятого рішення;
- підкреслює, що мотивація повинна формувати та підтримувати глобальну стратегію підприємства та стратегію управління людськими ресурсами;
- підкреслює, що інструменти стимулювання повинні бути інтегровані з іншими елементами системи управління людськими ресурсами;
- відзначає, що мотиваційна стратегія тісно пов'язана з організаційною культурою підприємства.

Залежно від розмірів підприємства, організаційно-правової форми господарювання значення різних етапів запропонованого алгоритму будуть відмінними. Зокрема, для великих і значною мірою для середніх сільськогосподарських підприємств кожен із етапів надзвичайно важливий і потребує відповідального ставлення до його виконання.

Висновки. Мотивацію людини до діяльності треба розуміти як сукупність рушійних сил, що спонукають її до здійснення певних дій. Ці сили перебувають ззовні та всередині людини і примушують її усвідомлено або ж неусвідомлено здійснювати певні вчинки.

При цьому зв'язок між окремими силами та діями людини опосередкований дуже складною системою взаємодій, внаслідок чого різні люди можуть абсолютно по-різному реагувати на однакові дії з боку однакових сил. Мотивація до праці є одним із ключових чинників, що визначає якість людських ресурсів підприємства та результативність їхньої праці. Відповідна мотивація дає працівникові відчуття задоволення і задоволення, що вигідно впливає на продуктивність і якість здійснюваної роботи, а також пов'язує працівника з місцем праці.

Основним результативним показником стану мотивації праці є рівень її продуктивності, який безпосередньо залежить від оплати праці. Однак така залежність підтверджується не завжди, що зумовлено недосконалістю системи оплати праці в окремих галузях сільськогосподарського виробництва, та спричиняє потребу в застосуванні інших неплатіжних матеріальних і нематеріальних форм мотивації працівників. Необхідним під час дослідження є і врахування інших результатів мотивації праці, зокрема задоволення працею, рівень задоволення потреб працівників, можливості кар'єрного зростання тощо. Застосування окремих мотиваторів праці повинно враховувати індивідуальні риси та потреби працівників. Для реалізації стратегії підприємства, забезпечення його розвитку й модернізації необхідно створити можливості для розширення прагнень і амбіцій працівників, що є причиною

мотивувальної напруги, без якої не можуть бути дієвими жодні нагороди чи покарання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Линдюк А.О. Особливості відтворення менеджерського персоналу сільськогосподарських підприємств в умовах інтеграційних процесів АПК / А.О. Линдюк, Н.В. Липчук, А.В. Нестерович // Організаційно-економічний механізм підвищення соціально-економічної ефективності функціонування АПК Західного регіону України : колективна монографія. – Львів : Український бестселлер, 2011. – С. 23-30 (автором запропоновано методику оцінки персоналу як основи мотивації праці).
2. Максимець Ю. Мотивація праці в системі трудових відносин у сучасних умовах економічного розвитку / Ю. Максимець // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України : зб. наук.-техн. праць. – 2011. – Вип. 21.14. – С. 185-190.
3. Нестерович А.В. Діагностика мотиваційного процесу сільськогосподарських підприємств / А.В. Нестерович // Інноваційна економіка. – 2011. – № 7(26). – С. 153-155.
4. Нестерович А.В. Заробітна плата як чинник мотивації праці у сільськогосподарських підприємствах / А.В. Нестерович // Ринкова трансформація економіки постсоціалістичних країн: стан, проблеми, перспективи : матер. IV Міжнар. Форуму молодих вчених. – Харків : ХНТУСГ, 2010. – С. 256-258.
5. Blanchard K. Leading at a higher level. Blanchard on leadership and creating high performing organizations / K. Blanchard // New Jersey : FT Press, 2010.
6. Edersheim E. H. Przesłanie Druckera. Zarządzanie oparte na wiedzy, MT Biznes / E. H. Edersheim. – Warszawa, 2009.
7. Penc J. Humanistyczne wartości zarządzania w poszukiwaniu sensu menedżerskich działań / J. Penc. – Warszawa : Difin, 2010.

УДК 339.138

Полторак К.А.

*аспірант кафедри промислового маркетингу
Національного технічного університету
«Київський політехнічний інститут»*

КРАУДМАРКЕТИНГ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ: ВИЗНАЧЕННЯ, ОЗНАКИ, МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ

У статті проаналізовано зміни у маркетинговій діяльності в умовах поширення інтернет-технологій, зокрема виявлено, що в мережі Інтернет споживач трансформується з окремої особи у цілі співтовариства. На основі цього було запропоновано концепцію маркетингової діяльності, що ґрунтується на управлінні мережевими співтовариствами, а саме концепцію краудмаркетингу. Визначено поняття краудмаркетингу, проаналізовано його особливості та розроблено механізм реалізації концепції краудмаркетингу.

Ключові слова: мережеві співтовариства, інтернет-технології, краудмаркетинг, механізм реалізації.

Poltorak K.A. КРАУДМАРКЕТИНГ В СЕТИ ІНТЕРНЕТ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ, ПРИЗНАКИ, МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ

В статье проанализированы изменения в маркетинговой деятельности в условиях распространения интернет-технологий, а именно определено, что в сети Интернет потребитель трансформируется из отдельной личности в целые сообщества. На основе этого была предложена концепция маркетинговой деятельности, основанная на управлении сетевыми сообществами, а именно концепция краудмаркетинга. Определено понятие краудмаркетинга, проанализированы его особенности, а также разработан механизм реализации концепции краудмаркетинга.

Ключевые слова: сетевые сообщества, интернет-технологии, краудмаркетинг, механизм реализации.

Poltorak K.A. CROWD MARKETING IN THE INTERNET: DEFINITIONS, CHARACTERISTICS, IMPLEMENTATION MECHANISMS

The article it was analyzed changes in the marketing activities in the spread of Internet technology, namely, it was explored that, the consumer is transformed from the individual person to the whole community in the Internet. On the basis it was proposed concept of marketing activities, based on the management of network communities, namely the concept of crowdmarketing. It was defined the definition of crowdmarketing, analyzed its features, as well as a mechanism of implementation of the crowdmarketing concept.

Keywords: network communities, Internet technologies, crowdmarketing, implementation mechanism.

Постановка проблеми. Розвиток інформаційного суспільства спричинив значні зміни в маркетинговій діяльності підприємств. Поява та всебічне охоплення інтернет-технологіями усіх сфер призвело до змін моделей споживчої поведінки, зокрема до інте-

грації економічного та соціального аспекту життєдіяльності споживачів в інтернет-середовище. Інтернет-технології дають можливість споживачам не лише спілкуватися, а й взаємодіяти, обмінюючись споживчим досвідом у мережі Інтернет, утворю-