

Abstract.

Krasnorutskyy O.O., Hrischenko V.A. Of interaction in the development of innovative and market potential of the plant of the plant.

Different scientific opinions on the content and tasks of the concept of Relationship Marketing have been characterized, which gave grounds for the assumption that in the conditions of information economy it is expedient to consider not as marketing of relationships, but as marketing of interaction. It is proposed to treat marketing interaction as a concept of organizational interaction, which is focused on maximally efficient use of the features of the long-term cooperation of the enterprise with its main business partners, at the expense of which their interconnected joint development is achieved, which provides the effect of resource and / or market synergy for all partners of the partnership. . It is substantiated that the creation of such conditions, which correspond to the concept of marketing interaction, is realized through the function of motivation -with the dissemination of the motivation process to all groups of interested persons. It is determined that realization of market potential of interaction of the enterprises on the basis of creation of the enterprise network allows to cheapen and simplify the procedure of marketing policy and promotion of products to the market.

Key words: *marketing interactions, marketing relationships, innovation potential, market potential, partner interaction, network approach.*

УДК 631.1

СОЦІАЛЬНА ОРІЄНТАЦІЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ

***ЛЕВКІНА Р.В., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР, КОТКО Я.М., ЗДОБУВАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах економічної кризи в Україні особливо гостро постає потреба у формуванні мотиваційного механізму ефективного функціонування суб'єктів аграрного бізнесу та, відповідно, системи мотивації працівників до ефективного виконання власних обов'язків у контексті стабільного розвитку. Це відбувається з огляду на перехід до нового рівня економічних відносин, що «прописують» нові вимоги до персоналу, а саме: здатність реагувати та адаптуватися до швидкоплинних умов, високий рівень стресостійкості, відповідальність за власні кошти та кошти співвласників підприємства, постійний пошук нових нестандартних рішень управління бізнесом. Звичайно такі вимоги повинні йти поруч із запровадженням стимулюючих заходів та формуванням системи внутрішньої мотивації.

Як відомо, основним мотивуючим чинником є прагнення до отримання високого доходу у вигляді заробітної плати, преміювання, доступу до пільгового матеріальних і фінансових ресурсів. На другому плані все ще залишаються зацікавленість у розвитку підприємства та реалізація його економічного потенціалу на ринку. Це формує об'єктивні засади до визначення місця мотиваційного механізму у структурі управління підприємством як пріоритетного, взаємопов'язаного і взаємозалежного із організаційно-економічним механізмом стабільного розвитку, що базується на реалізації вмінь, навичок та компетентностей працівників. Питання формування мотивації є одними з чи не актуальніших в сучасній економічній науці.

Наразі керівники суб'єктів аграрного бізнесу зацікавлені у прийнятті на посаду професіоналів, які вже мають серйозну мотивацію до роботи. Така мотивація повинна бути спрямованою на здійснення високопродуктивної, якісної, ініціативної діяльності, що забезпечує досягнення поставлених цілей підприємства та тісно пов'язана із визначенням потреб і можливостей їх задоволення через використання отриманих коштів.

Тобто на первинному рівні піраміди потреб мотивація підкріплюється прагненням задовольнити фізіологічні потреби (харчуванні, безпечному житті, одязі та взутті). Проте далі все більш актуальними стають психологічні та соціальні потреби (потреби духовного та інтелектуального зростання, формування самоповаги, задоволення робочим місцем, визначення особистісної ролі у суспільстві та робочому колективі, прагнення до самовдосконалення).

Формування цілей статті. Метою статті є аналіз існуючих теоретичних підходів і практичного досвіду до питань формування мотиваційного механізму в аграрних підприємствах, доведення доцільності вдосконалення його структури за рахунок соціально орієнтованої складової.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основи проблематики формування мотиваційного механізму для підвищення продуктивності праці та зростання ефективності функціонування підприємства в цілому були сформовані ще у XVII-XIX ст. А. Смітом, Р. Овеном, Г. Мюнсбергом, Ч. Бернардом, Ф. Тейлором, А. Маслоу, Д.М. Келландом, Ф. Герцбергом. Так А. Сміт вважав, що поділ праці найбільше впливає на продуктивність, що пов'язане із зростанням майстерності і професіоналізму, формуванням досвіду, можливістю запровадження нової техніки та технологій [1, 2, 3]. Р. Овен був прихильником соціальних гарантій, надавав переваги інвестування в умови праці, а не техніку і технології [1].

Г. Мунстерберг досліджував умови, в яких спостерігається максимальний рівень продуктивності праці та диференціював висновки відповідно конкретних видів діяльності. Ч. Барнард акцентував увагу на необхідності створення сприятливого психологічного клімату у колективі для досягнення максимальних результатів підприємницької діяльності [1].

Значний внесок Ф. Тейлора у теорію сучасного менеджменту полягає у дослідженні відносин між працівниками та керівництвом підприємства та обґрунтуванні напрямів підвищення продуктивності праці шляхом запровадження пріоритетності працівників із освітою і досвідом роботи [1].

Теорія мотивації по А. Маслоу визнана однією із перших, що являє собою ієрархію потреб - від фізіологічних (їжа, одяг, житло), потреби у гарантуванні безпеки (впевненість у безпеці) до соціальних (статус у суспільстві, повага, належність до соціальних груп) та інтелектуальних (спілкування, самореалізація) [2, 3].

Девід Мак Клееланд більше уваги приділяв мотиваційним потребам більш високих рівнів, а саме прагненню до влади, успіху, визнання. Він пов'язував особисті досягнення висококваліфікованих працівників із вмінням здійснювати ефективне управління потенціалом трудового колективу, висловлювати власну позицію, бути здатними до дискусії [2, 3].

На основі поділу чинників мотиваційного впливу на матеріальні та нематеріальні Фредерик Герцберг запропонував двохфакторну модель, що складається із чинників, що дають почуття задоволення (кар'єрне зростання, персональні та колективні заохочення) та незадоволення роботою (не сприятливі та небезпечні умови праці, низький рівень доходу, відсутність зворотнього зв'язку із керівництвом) [2, 3].

Богацька Н.М. в наукових працях звертала увагу на мотивації праці управлінського персоналу і дійшла висновку, що кожен працівник реалізує себе, перш за все, як особистість, прагне отримати винагороду психологічного, кар'єрного, матеріального характеру. Тому нагальною є необхідність створення психологічно сприятливого мікроклімату у колективі, підтримка духовної мотивації, відзнака на зібраннях, нагорода грамотами тощо. Її висновок про високу роль успішного управління інтелектуальним капіталом підприємства як запоруки його високої ефективності на довготривалій період не викликає сумнівів [4].

Наукове обґрунтування структури мотиваційного механізму підприємства – суб'єкта аграрного бізнесу запропоноване І.А. Баяновою і А.М. Рандіною базується на тезі про наявність низки негативних чинників, серед яких у якості найбільш впливових виділяються: напружена атмосфера у колективі та відсутність взаємовиручки і допомоги при вирішенні питань, усереднення показників для фахівців підприємства та відсутність індивідуального підходу та ін. [5].

Ефективна політика управління персоналом та побудова системи мотивації на підприємстві дозволяє не лише отримати максимальні результати людської праці, а й створити умови для подальшого розвитку і використання потенціалу.

Як відомо, більшість науковців поділяє точку зору на структуру мотиваційного механізму суб'єктів аграрного бізнесу, відповідно якої він повинен складатися із мотиваційного механізму високоякісної та високопродуктивної праці, мотиваційного механізму інноваційного розвитку та мотиваційного механізму підприємництва [6]. Саме така структура дозволяє вирішувати основні завдання як матеріальні, так і нематеріальні, забезпечувати подальший розвиток, перебувати у стані постійного пошуку інноваційних рішень для виробничих і управлінських цілей з метою отримання високого підприємницького прибутку. Ми вважаємо, що цього не достатньо для функціонування в ринкових умовах, тим більше не достатньо з позицій пануючої на даному етапі концепції соціально-етичного маркетингу, яка вимагає орієнтації у бізнесі на соціальну сферу, етику, професіоналізм.

Тому мотиваційний механізм підприємства повинен обов'язково містити у якості складової соціально орієнтований мотиваційний механізм, який представляє собою внутрішню потребу керівництва і персоналу до вирішення соціальних проблем на підприємстві. Результатом реалізації соціальної політики у такому разі може бути розвиток соціальної інфраструктури у населеному пункті, соціальні, розвиток високо трудоемких галузей для працевлаштування населення і вирішення проблеми зайнятості в межах району, області. Саме такий мотиваційний механізм, на наш погляд, дозволить реалізувати засади організаційно-економічного механізму ефективного функціонування [10]. У сукупності із інструментами стимулюючого характеру (виплати премій, надбавок за стаж, підвищення кваліфікації тощо) це забезпечить не лише підвищення продуктивності праці, а й зростання прибутковості в цілому на довгостроковий період [11].

У якості прикладу щодо стимулювання діяльності і зростання привабливості праці у сільському господарстві можна навести досвід аграрних підприємств США, керівництво яких для цього застосовує не лише виплату заробітної плати відповідно рівню кваліфікації та складності, але й компенсації, додаткові виплати, бонуси. За умови виплати тарифної фіксованої заробітної плати та великого досвіду роботи у сільському господарстві більшість працівників отримують виплати на соціальне забезпечення, що не оподатковуються, плани індивідуального медичного страхування для членів сім'ї, страхування життя та випадків втрати працездатності. В більшості випадків надається у використанні житло та забезпечується харчування за рахунок підприємства, спецодяг. Одним із бонусів є використання автопарку підприємства для особистих цілей. Важливим є орієнтація на постійне підвищення кваліфікації, освіти за кошти підприємства, участь у семінарах, професійних курсах у коледжах [12].

Найбільшим мотивом для працівників в різних країнах залишається розмір заробітної платні та кар'єрне зростання. Так у США зростання кар'єри відбувається через певну процедуру, основу якої становить відбір найкращих спеціалістів відповідно виду діяльності, рівня кваліфікації, темпів просування кар'єрою, на конкурсній основі з урахуванням особистого внеску у кінцеві результати діяльності підприємства. У Франції переваги надаються, перш за все, працівникам із досвідом, стажем роботи в організації, високим професіоналізмом і сформованим компетентностям у справах. У Великобританії система мотивування базується на жорстких принципах і розрахована на індивідуальний підхід з урахуванням вікових характеристик працівників, а не професійних знань, рівня освіти [7].

Так досвід високорозвинених країн світу доводить доцільність і потенційні можливості для керівництва вітчизняних підприємств до процесу управління процесом мотивації працівників, показує взаємну зацікавленість у кінцевих результатах.

Ми вважаємо, що для вітчизняних аграрних підприємств особливу увагу необхідно приділяти розбудові саме соціальної системи, що у сучасних умовах є відправною точкою, а можливо і пусковим механізмом до усвідомлення потреби населення у роботі на аграрних підприємствах та їх високопродуктивної, ініціативної праці. За умови правильної організації і ефективного управління підприємством це у свою чергу сприятиме досягненню високих результатів підприємства в цілому. У поєднанні із важелями

психологічного характеру, наявності зворотного зв'язку із керівництвом такі заходи дозволяють не лише працювати ефективно, а й усвідомлювати свою роль у стратегічному управлінні підприємством, у його місії, бути впевненим у винятковому місці та значенні для розвитку підприємства на майбутнє.

Наразі керівництво більшості досліджуваних аграрних підприємств недостатньо уваги приділяє мотиваційним питанням, вважаючи, що відсутність робочих місць у сільській місцевості є найкращим стимулом або мотивом. Стан ринку праці останні роки свідчить про тенденції щодо зміни пропозиції робочої сили, яка все більше звертає увагу на зарубіжні підприємства і робочі місця. Поступова еміграція висококваліфікованої робочої сили із сільської місцевості за кордон призведе до дефіциту і, в решті решт, до соціальних реформ, що на мікрорівні будуть означати формування мотиваційного механізму із соціальною його складовою.

Висновки. В статті проведено аналіз існуючих теоретичних підходів і практичного досвіду до питань формування мотиваційного механізму в аграрних підприємствах. Прагнення до підвищення ефективності функціонування суб'єктів аграрного бізнесу вимагає формування та ефективного використання мотиваційного механізму працівників до високопродуктивної, інноваційної роботи. Обов'язковою складовою такого механізму, на нашу думку, повинен бути мотиваційний соціальний механізм розрахований у більшій мірі на керівництво підприємства та формування мотивів до вирішення соціальних проблем і застосування мотиваторів по відношенню до підлеглих працівників. Вважаємо, що в умовах стрімких змін на вітчизняному ринку праці керівництво аграрних підприємств повинно приділяти увагу не лише матеріальному заохоченню, а й нематеріальним стимулам, що у комплексі із внутрішньою мотивацією працівників дозволить ефективно використовувати їх компетентності.

Література.

1. **Робінс С. П.** Основи менеджменту / **С. П. Робінс, Д. А. ДеЧенцо.** – К. : – 2002. – 672 с.
2. **Колод А. М.** Мотивація персоналу / **А. М. Колод.** – К. : КНЕУ. – 2005. – 337 с.
3. Первинні теорії мотивації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/14190703/menedzhment/teoriyi_motivatsiy
4. **Богацька Н. М.** Значення мотивації праці персоналу для досягнення цілей підприємства [Електронний ресурс] / **Н. М. Богацька, І. О. Демчук.** – Режим доступу: – http://www.rusnauka.com/7_NMIW_2009/Economics/37742.doc.htm.

5. **Буянова І. А.** Мотивація працівників у сучасних умовах господарювання підприємств і організацій [Електронний ресурс] / **І. А. Буянова, А. М. Рандіна** // Економічні науки. – 2012. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua>.

6. **Сардак С.** Мотивація та стимулювання працівників вітчизняних підприємств / **С. Сардак** // Україна: аспекти праці. – 2006. – № 8. – С. 45-51.

7. Зарубіжний досвід мотивації праці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://milkuu.info/uk/post/zarubiznij-dosvid-motivacii-praci>.

8. **Хміль Ф. І.** Основи менеджменту: [Підручник] / **Ф. І. Хміль**. – [Вид. 2-ге]. – К. : Акад.видав., 2007. – 608 с.

9. **Петренко Н. О.** Формування ефективної системи мотивації праці в аграрних підприємствах / **Н. О. Петренко** // Економіка АПК. – 2008. – № 2. – С. 129-134.

10. **Левкіна Р. В.** Формування організаційно-економічного механізму стабільного розвитку аграрних підприємств / **Р. В. Левкіна** // Технологічний аудит и резервы производства. – 2013. – № 5 (3). – С. 16-18.

11. **Лещенко А. О.** Мотивація праці як фактор підвищення прибутковості виробництва / **А. О. Лещенко** // Ефективна економіка. – 2016. – № 4. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.

12. Заробітна плата та бонуси працівників ферми в США [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.extension.iastate.edu/AGDM/wholefarm/html/c1-60.html>.

References.

1. **Robins S. P., & De Chentsu D. A.** (2002). *Fundamentals of Management [Modern management trends and enterprise organization]*. Kyiv, p. 672 [in Ukrainian].

2. **Kolot A. M.** (2005). *Motivation of staff [Motivational mechanism and incentives for the personnel of the enterprise]*. Kyiv: Kyiv National Economic University, p. 337 [in Ukrainian].

3. Primary theories of motivation [The most famous first theory of human motivation]. *pidruchniki.com*. Retrieved from http://pidruchniki.com/14190703/menedzhment/teoriyi_motivatsiyi [in Ukrainian].

4. **Bogatska N. M., & Demchuk I. O.** (2009). The value of personnel motivation to achieve the goals of the enterprise [Peculiarities of motivation of personnel for achievement of enterprise goals]. *www.rusnauka.com*. Retrieved from http://www.rusnauka.com/7_NMIW_2009/Economics/37742.doc.Htm [in Ukrainian].

5. **Bujanova I. A., & Randina A. M.** (2012). Motivation of employees in the current conditions of management of enterprises and organizations [Problems of motivation of workers at the enterprise and organization]. *www.rusnauka.com*. Retrieved from http://www.rusnauka.com/13_NPN_2010/Economics/65318.doc.htm [in Ukrainian].

6. **Sardak S.** (2006). Motivation and Stimulation of Employees of Domestic Enterprises [The system of motivation and stimulation of employees is an

important factor in the progressive development of domestic enterprises]. *Ukrui'na: aspekty praci – Ukraine: aspects of labor*, No 8, pp. 45-51 [in Ukrainian].

7. Foreign Experience of Labor Motivation [Foreign experience of motivation]. *milku.info/uk*. Retrieved from <http://milku.info/uk/post/zarubiznij-dosvid-motivacii-praci> [in Ukrainian].

8. **Khmil F. I.** (2007). *Fundamentals of Management [General principles of management and management, its methods, functions, process and management mechanism]*. (2 d ed). Academician publishing house, p. 608 [in Ukrainian].

9. **Petrenko N. O.** (2008). Formation of an effective system of labor motivation in agrarian enterprises [Formation of effective system of motivation of labour in agricultural enterprises]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No 2, pp. 129-134 [in Ukrainian].

10. **Levkina R. V.** (2013) Formation of organizational and economic mechanism of stable development of agrarian enterprises [Formation of the organizational-economic mechanism of stable development of agricultural enterprises]. *Tehnologicheskij audit i rezervy proizvodstva – Technological audit and production reserves*, No 5 (3), pp. 16-18 [in Ukrainian].

11. **Leshenko L. O.** (2016). Motivation of labor as a factor for increasing the profitability of production [Labour motivation as a factor of increasing the production yield]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, No 4. – Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua> [in Ukrainian].

12. Zarobitna plata ta bonusy pracivnykiv fermy v SSHA [Wages and benefits of farm workers in the United States]. *www.iastate.edu*. Retrieved from <https://www.extension.iastate.edu/AGDM/wholefarm/html/c1-60.html> [in Ukrainian].

Анотація.

Левкіна Р. В., Котко Я. М. Соціальна орієнтація мотиваційного механізму суб'єктів аграрного бізнесу.

Метою статті є аналіз існуючих теоретичних підходів і практичного досвіду до питань формування мотиваційного механізму суб'єктів аграрного бізнесу, доведення доцільності вдосконалення його структури. Запропоновано у якості обов'язкової складової такого механізму ввести мотиваційний соціальний механізм, що розрахований на керівництво та формування мотивів до вирішення соціальних проблем на підприємстві. В умовах стрімких змін на вітчизняному ринку праці керівництво аграрних підприємств повинно приділяти увагу матеріальним і нематеріальним важелям стимулювання у комплексі із внутрішньою мотивацією працівників, що має для них практичне значення.

Ключові слова: мотивація, суб'єкти аграрного бізнесу, мотиваційний механізм, соціальна орієнтація, стимулювання.

Аннотация.

Левкина Р. В., Котко Я. Н. Социальная ориентация мотивационного механизма субъектов аграрного бизнеса.

Целью статьи является анализ существующих теоретических подходов и опыта к вопросам формирования мотивационного механизма субъектов аграрного бизнеса, доведение целесообразности совершенствования его структуры. Предложено в качестве обязательной составной такого механизма ввести мотивационный социальный механизм, рассчитанный на руководство и формирование мотивов к решению социальных проблем на предприятии. В условиях стремительных изменений на отечественном рынке труда руководство аграрных предприятий должно уделять внимание материальным и нематериальным рычагам стимулирования в комплексе с внутренней мотивацией работников, имеет для них практическое значение.

Ключевые слова: мотивация, субъекты аграрного бизнеса, мотивационный механизм, социальная ориентация, стимулирование.

Abstract.

Levkina R. V., Kotko Y. M. Social orientation of the motivational mechanism of subjects of agrarian business.

The purpose of the article is to analyze the existing theoretical approaches and practical experience to the questions of forming the motivational mechanism of subjects of agrarian business, prove the expediency of improving its structure. It is proposed to introduce as a compulsory component of such a mechanism a motivational social mechanism that is designed for leadership and formation of motives for solving social problems at the enterprise. In the conditions of rapid changes in the domestic labor market, the management of agrarian enterprises should pay attention to tangible and intangible levers of stimulation in combination with the internal motivation of employees, which has a practical value for them.

Key words: motivation, subjects of agrarian business, motivational mechanism, social orientation, stimulation.

УДК 658.15

ГЛОБАЛЬНІ ПРИНЦИПИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

**МАРЕНИЧ Т.Г., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
ПОЛИВАНА А.А., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах глобалізації економіки, посилення конкуренції, кардинальних змін у технологіях та системах управління прийняття ефективних управлінських рішень стає більш складним. Ситуація ускладнюється збільшенням обсягу інформації, яка не завжди є структурованою, якісною та актуальною. Щоб залишатися конкурентоспроможними,