

технологии и технические средства, что в совокупности с национальными финансовыми и материальными ресурсами позволит повысить конкурентоспособности продукции отечественного сектора экономики на внутренних и зарубежных рынках.

Литература.

1. Инвестиции в АПК: почему их почти нет [Электронный ресурс]/ Экономическая газета. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/investicii-v-ark-pochemu-ih-pochti-net>. – Дата доступа: 30.09.2020.

2. Директор [Электронный ресурс] / К. Коржевич. Аграрный сектор выходит из кризиса. – Режим доступа: <https://director.by/zhurnal/arkhiv-zhurnala/arkhiv-nomerov-2017/375-7-2017-iyul-2017/5438-agrarnyj-sektor-vykhodit-iz-krizisa>. - Дата доступа: 29.09.2020.

3. Иностранные инвестиции в Республику Беларусь [Электронный ресурс]/ Национальный статистический комитет Республики Беларусь.– Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/inostrannye-investitsii/godovye-dannye/inostrannye-investitsii-v-respubliku-belarus/>. Дата доступа: 29.09.2020.

4. Панков, Н.Н. Методические подходы к классификации и оценке элементов инвестиционной деятельности: отдельные теоретические аспекты / Н.Н. Панков. – Электронная библиотека БГУ, 2018. - № 2.

5. Меркулов, Я.С. Инвестиции /Я.С. Меркулов. – М.: ИНФРА–М, 2016. – 420 с.

НЕСТАНДАРТНІ СПОСОБИ МОТИВУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ МІЖНАРОДНИМИ КОМПАНІЯМИ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

***ІЛЬЄНКО А.В., СТАРШИЙ ВИКАДАЧ,
ДВНЗ КНЕУ ІМЕНІ В.ГЕТЬМАНА
НАУМОВИЧ Ю.І., ДВНЗ КНЕУ ІМЕНІ В.ГЕТЬМАНА
БІЛЕНЧУК А. Б., ДВНЗ КНЕУ ІМЕНІ В.ГЕТЬМАНА***

В сучасному світі важко знайти людину, яка б на 100% була задоволена своєю роботою. Переважна більшість працівників обирали фах через причину високої дохідності заняття чи можливості працевлаштування, а не роботу, що приносить задоволення. Як результат, працівники мають низьку трудову та статусну вмотивованість до праці.

Мотивація праці має спонукати персонал до високоефективної діяльності через сукупність зовнішніх та внутрішніх рушійних сил з власної волі, якщо роботодавець правильно виявить пріоритетні мотиви працівників в умовах змін [1-5]. На основі моніторингу мотивації роботодавець може правильно обрати стимули та створити компенсаційний пакет відповідно до можливостей організації та вимог ринку праці.

В умовах нестабільної економіки, стандартні методи мотивації не завжди мають значний вплив на персонал. Частина компаній має обмежені можливості у вдосконаленні стандартних методів мотивації (підвищення зарплати, кар'єрне зростання тощо). За сучасних умов, менеджери стали надавати перевагу нестандартним методам, оскільки, вони показують найбільшу результативність праці. Такі методики не вимагають великих фінансових витрат і засновані на креативному підході керівництва до організації праці.

До поширених нестандартних методів можна віднести:

1) Жартівлива форма вітання успішних працівників чи покарання непродуктивних працівників, дарування талісманів[6]. Не обов'язково знімати премію або штрафувати недбайливого працівника, досить привласнити йому жартівливе звання «лінивіця відділу», а для успішного - «черепихи місяця» тощо, а крім того, в компанії TMBC дарують іграшкових черепашок. Такі «титuli» мотивують людину підвищувати продуктивність праці.

2) Ігрові кабінети[7]. Дана методика використовується в більшості іноземних компаній. В офісі створюють окреме приміщення, де можна погратись і відволіктись від рутинної роботи, перезавантажити мозок. Таке розвантаження підвищує працездатність колективу і покращує офісну атмосферу.

3) Турбота про сім'ї[8]. Компанії часто влаштовують святкові вечори, де збираються сім'ї працівників, або деруть подарунки для дітей підлеглих, або дарують знижки сім'ям працівників.

4) Відгули через розрив відносин та скорочені робочі дні в період розпродаж[8]. Керівниця фірми Hite & Company, де всі співробітники - представниці прекрасної статі, використовує в якості методів стимулювання відгули для співробітниць, які розлучилися зі своїми коханими. Тривалість такого відпочинку залежить від віку працівниці. Для Японії, де люди є доволі чутливими, це є гарною практикою, оскільки така трагічна подія негативно відображається на роботі, але, для України, то даний метод не буде настільки ефективним, оскільки в наших жінок після розриву навпаки зростає

продуктивність праці, тому цей підхід сильно залежить від менталітету нації.

5) Цікаві назви для посад [8]. Вперше такий маркетинговий хід застосував Уолт Дісней. На його думку, задоволення роботою залежить від гідної оплати праці та статусу посади. Тим не менш, він творчо підійшов до питання мотивації працівників пральні готелів, перейменувавши їх відділ у текстильний. Нова служба зайняла своє місце поряд з основними: маркетинговим і клієнтським підрозділами. З кінця 90-х років працівники текстильної служби нарівні з іншими брали участь у розвитку компанії. І як можна побачити, дана ідея була доволі успішною.

Оплата подорожі [9]. Компанія «Мастерфайб» придумала власний спосіб зацікавити робітника працювати краще. Вони ввели корпоративну валюту під назвою «Кенга». В кінці трудового тижня кожен службовець отримує 10 Кенга і кладе їх на «рахунок» колеги, який на цьому тижні працював краще за всіх. Заборонено залишати Кенга у себе. Колега, який накопичив максимальну кількість Кенга, отримує золоту монету. Зібравши п'ятдесят золотих, працівник отримує право відвідати Австралію за рахунок компанії. Заохочувальним призом виступають абонементи в басейн або тренажерний зал.

Як можна побачити, меж в креативності ідеї немає, проте головне в цій справі мати міру. Мотивування підлеглих має проводитись, виходячи з потреб та інтересів організації. Бажання керівництва мати в своєму розпорядженні хорошу, працездатну, згуртовану команду здатну втілювати всі організаційні ідеї і брати будь-які досяжні і недосяжні вершини може спонукати на будь-які звершення.

Література.

1. Albano Charles. Motivation And Productivity. Freshbusiness thinking.com. URL: <https://www.freshbusinessthinking.com/motivation-and-productivity/>

2. Employee motivation: better working atmosphere, higher turnover. Startup guide. URL: <https://www.ionos.com/startupguide/productivity/employee-motivation/>

3. MacKay Jory. Understanding Motivation: How to harness the power of consistent workplace productivity. RescueTime. URL: <https://blog.rescuetime.com/motivation/>

4. ROBESCU O., IANCU A-G. The effects of motivation on employees performance in organization. Valahian Journal of Economic Studies. URL:

https://www.researchgate.net/publication/309517026_The_Effects_of_Motivatio_n_on_Employees_Performance_in_Organizations

5. Методы мотивации персонала. SEARCHINFORM. URL: <https://searchinform.ru/kontrol-sotrudnikov/motivatsiya-personala/metody-motivatsii-personala/>

6. Marcus Buckingham The Groundbreaking New Strengths Assessment from the Leader of the Strengths Revolution.-Publisher: Thomas Nelson Inc, 2011.- p.240

7. Benefits of Games in the Workplace. LAIGAMES. URL: <https://laigames.com/benefits-of-games-in-the-workplace/>

8. 10 оригинальных способов нематериальной мотивации сотрудников.NEWSTUT.BY. URL:<https://news.tut.by/press/448133.html>

9. Нестандартные виды мотивации персонала в России. RETAIL.RU.- URL:<https://www.retail.ru/articles/nestandartnye-vidy-motivatsii-personala-v-rossii/2019-04-262019-04-26>

МОНІТОРИНГ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН

ІСАКОВА Є.О. , ХНТУСГ ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА*

Земельні відносини – це суспільні відносини з приводу володіння, користування, розпорядження й управління землею на державному, регіональному, господарському та внутрігосподарському рівнях як об’єктом господарювання, так і засобом виробництва.

З початку незалежності України проблеми втілення в життя основних засад земельної реформи, способи регулювання та удосконалення земельних відносин і очікувані результати вивчало багато вчених. На сучасному етапі розвитку земельних відносин особливої уваги заслуговують праці І. Бистрякова [3], Л. Грекова [11], Б. Данилишина [1], Д. Добряка [6], А. Мірошниченка[11], Л. Новаковського [6], А. Третяка [6], А. Юрченка [10; 11], А. Мартина [5], Й. Дороша [4].

Необхідність запровадження в Україні моніторингу земельних відносин як постійно оновлюваної інформаційної системи продиктована тим, що в нашій країні вся інформація про земельні відносини є розпорошеною, оскільки збирається та утримується різними відомствами та місцевими органами влади як відомча інформація з обмеженим доступом з боку інших владних інституцій,

* Науковий керівник –Крала В.Г., к.е.н., доцент