

місце в цьому процесі посідає визначення дієвих важелів мотивації, які забезпечують підвищення зацікавленості працівників продуктивно працювати, якісне оновлення трудового менталітету. Крім того, механізм нематеріальної мотивації персоналу повинен базуватись на принципах трудової діяльності, що лежать в основі, а саме: внутрішні переконання людини, якими вона керується в житті.

Правильно побудовані інструменти нематеріальної мотивації персоналу є невід'ємною складовою успіху будь-якого підприємства. Безумовно, умотивовані працівники більш продуктивні і незамінні під час швидких змін. Інструменти нематеріальної мотивації персоналу дозволяють досягти більш високого рівня реалізації трудового потенціалу підприємства. Різні форми заохочення є інструментом мотивації та підвищення ефективності праці працівників і зниження плинності кадрів.

Ефективність і розмаїтість методів нематеріальної мотивації залежить насамперед від керівника. Справжній фаховий керівник повинен вміти знайти спосіб покращити умови праці підлеглих і домогтися від них більшої віддачі. Іноді мотивація стає проблемою тільки стосовно конкретних робітників. Якщо сільськогосподарське підприємство функціонує успішно і більшість його персоналу працює з високою віддачею і цілком задоволені, керівництву, можливо, буде корисним застосувати індивідуальний підхід до «немотивованих» робітників.

Ідея, що лежить в основі нематеріальної мотивації праці, досить проста: варто заохочувати бажані дії й не заохочувати небажані. Практика показує, що похвала і визнання набагато більш важливі для одержання бажаного результату, ніж несхвалення (виражається воно у формі глузування, сарказму або догани). Похвала як самий простий засіб мотивації з успіхом використовується на багатьох підприємствах.

Таким чином концепція нематеріальної мотивації персоналу зумовлює сприйняття людини-працівника як такої, що має не стільки первинні потреби, скільки потреби вищого порядку, тобто фізіологічно необхідна активізація людської свідомості у напрямі усвідомлення самокоригування працівником своєї трудової поведінки для отримання результатів, у яких зацікавлений як сам працівник, так і роботодавець. Отже, завдання керівника-підприємця – не нав'язувати власні мотиви, ідеї, а переконувати підлеглих у користі обраного виду господарської діяльності, його перспективності, можливості отримання зиску. Практика функціонування успішних підприємств в різних сферах діяльності, зокрема й сільськогосподарському товаровиробництві, що заохочувальні заходи є більш ефективними відносно покарання, особливо у довгостроковій перспективі, що повинно зумовити пріоритетність у системі мотивації підприємства власне нематеріальної мотивації, позитивній за характером інструментів, що застосовуються керівництвом.

Список використаних джерел

1. Пирожков С. І. Демографія та соціальна економіка / С. І. Пирожков // Науково-економічний та суспільно-політичний журнал. – 2008. – №1(9). – С.236.
2. Дієсперов В. Продуктивність праці в сільському господарстві / В. Дієсперов // Економіка України. – 2003. – № 11(504). – С. 61.
3. Зіновчук В.В. Нематеріальна складова мотивації персоналу сільськогосподарських підприємств / В.В.Зіновчук, Т.В.Штерма. // Житомирський національний агроекологічний університет. – Режим доступу: http://www.znau.edu.ua/visnik/2011_2_2/226.pdf

Зверєв Ярослав Анатолійович,

студент напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент»
економічного факультету Подільського державного
аграрно-технічного університету,
м. Кам'янець-Подільський
науковий керівник: к.е.н., доцент Чубайко О.В.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Нарощення виробництва високої якості та більш раціональне їх використання є однією з основних проблем сучасного сільського господарства України, як вирішальної умови поліпшення забезпечення населення продуктами харчування та подальшого економічного і соціального розвитку країни.

Щоб забезпечити виконання таких основних завдань виробництва продукції рослинництва як: виробництво якісної, екологічно чистої з мінімальними енергетичними і трудовими затратами продукції при максимальному виході її за одиницю часу на одиницю площі, що потребує широкого впровадження сортових, інтенсивних, енерго і ресурсозберігаючих екологічно доцільних технологій, виробництво продукції на базі сучасної досконалої і високопродуктивної сільськогосподарської техніки та високо ефективної експлуатації, боротьба із втратами врожаю під час вирощування польових культур, висока фахова кваліфікація працівників усіх ланок агропромислового комплексу і чітка система організаційно-господарських та економічних заходів, а також оперативної інформації для своєчасного і якісного проведення комплексу сільськогосподарських робіт, запобігання виникненню і ліквідація негативних ситуацій в процесі виробництва продукції, потрібно забезпечити введення інноваційних, економічно доцільних інтенсивних технологій виробництва.

Кожен вид сільськогосподарської продукції має свою структуру продажу. Але, в більшості випадків, основна частина продукції реалізується за договорами, на ринку, через власні магазини, ларки і палатки, працівникам в рахунок оплати праці, за бартерними угодами. Інші канали збуту через різні причини не користуються у товаровиробників великою популярністю.

Не одержав належного розвитку біржовий продаж сільськогосподарської продукції, на який в Україні покладалася велика надія. Причиною цьому є незацікавленість у такій формі купівлі-продажу обох сторін (і продавця, і покупця).

Сільськогосподарські товаровиробники надають перевагу тому каналу продажу своєї продукції, який має більшу економічну ефективність.

Тому, підвищувати вигідність реалізації сільськогосподарської продукції необхідно, перш за все, налагодженням ефективності її виробництва.

У цілому, найбільш прибутковими каналами використання сільськогосподарської продукції є продаж на ринку, через власні магазини, ларьки, палатки, а також бартерні операції. Окрім високої реалізаційної ціни, вигідність такого збуту полягає у відсутності безготівкових розрахунків, через які всі одержані кошти були б використані на сплату чисельних заборгованостей.

У сільському господарстві окреме підприємство не є єдиним виробником сільськогосподарської продукції, у процесі своєї діяльності воно стає учасником конкурентної боротьби. Можливість виживання підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби залежить від його конкурентоспроможності, що важливо враховувати при

ринкових відносинах.

Дослідження проблеми конкурентоспроможності постійно проводилось у розвинутих країнах. Теоретичним надбанням є наукові праці економістів різних часів: А. Смита, Д. Рікардо, Г. Азоєва, І. Ансоффа, С. Брю, Дж. Кейнса, К. Макконелла, А. Маршалла, Дж. Мілля, А. Пезенті, М. Портера, Дж. Робінсона, А. Томпсона, М. Трейсі, Р. Фатхутдінова, Ф. Хайєка, Й. Шумпетера, Д. Юданова та інших. Вивчення проблеми конкурентоспроможності в Україні перебуває у початковому стані. Перші результати дослідження із зазначеного питання оприлюднені у працях вітчизняних економістів В. Андрійчука, В. Вітвіцького, П. Гайдуцького, М. Маліка, В. Месель-Веселяка, О. Могильного, О. Онищенко, Б. Пасхавера, М. Пугачова, П. Саблука, С. Тивончука, О. Шпичака, В. Юрчишина та інших.

На сьогодні головними проблемами є: подолання диспаритету цін на матеріально-технічні ресурси для сільського господарства і продукцію його виробництва, створення повноцінної ринкової інфраструктури для ресурсного забезпечення аграрного виробництва та збуту продукції, ефективного державного регулювання й фінансової підтримки розвитку сільського господарства та інші, розв'язання яких сприятиме підвищенню конкурентоспроможності аграрних підприємств.

Для досягнення певного рівня конкурентоспроможності потрібно ввести в дію широкий спектр ринкових стимулів, які дали б змогу узгодити інтереси усіх учасників ринку. З метою координації діяльності економічних суб'єктів потрібно, насамперед, визначити чинники конкурентоспроможності підприємств, показники та підходи до їхньої оцінки.

Список використаних джерел

1. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: підручник / В.Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2013. – 779 с.
2. Багрова І.В. Складові та фактори конкурентоспроможності / І.В.Багрова, О.Г. Нефедова// Науковий журнал „Вісник економічної науки України”. – 2007. – № 1(11).
3. Іванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка формування та розвиток : монографія / Ю.Б. Іванов, П.А. Орлов, О.Ю. Іванова; Наук.-дослід. центр індустр. проблем розвитку НАН Укр. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2008. – 351 с.
4. Корінев В.Л. Оцінювання конкурентоспроможності об'єктів і суб'єктів господарювання / В.Л. Корінев , Р.І. Жовновач // Вісник Запорізького національного університету: Збірн. наук. праць. Економічні науки. – Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2011. – №2 .