

можуть автоматизувати як окремі функціональні процеси, так і діяльність підприємства в цілому.

Таким чином, інформаційні технології повинні задовольняти потреби всіх категорій споживачів, які бажають отримати туристичну послугу, а держава – підтримувати і сприяти розвитку як традиційних туристичних підприємств, що орієнтуються на клієнтів, які надають переваги особистому спілкуванню під час придбання послуги, так і віртуальних фірм, які можуть задовольнити потреби клієнтів, що надають переваги Інтернет-технологіям.

Список використаних джерел

1. Інформаційні системи і технології в економіці / під ред. В. С. Пономаренка. — К. : Вид. центр "Академія", 2002. — 542 с
2. Михайліченко Г. І. Практика організації туристичних подорожей / Г. І. Михайліченко. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. — 156 с.
3. Плотникова Н. И. Комплексная автоматизация туристического бизнеса. Ч. 1 / Н. И. Плотникова. — М. : Советский спорт, 2000. — 318 с.
4. Татина О. Системы управления персоналом // Computerworld. — 2000. — № 18.

Грей Юрій,
аспірант спеціальності 073 «Менеджмент»
Науковий керівник: **Чикуркова А.Д.,**
д.е.н., професор, завідувач кафедри
менеджменту, публічного управління та адміністрування,
Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ

Результативність мотиваційного механізму буде досягатися лише в тих підприємствах, де підтримуватиметься баланс інтересів між цілями персоналу та керівництва. Узгодженість інтересів цих груп, їх злагоджена взаємодія сприяє досягненню ефекту синергії, коли сумарний ефект від

діяльності підприємства як системи є більшим, ніж ефект, якого кожна складова досягла б поодиноці[2].

Управління результативною мотивацією персоналу підприємстві має передбачати оцінку рівня мотивації через досягнення цілей підприємства та працівника. Завданням методики має бути вимірювання ступеня розвитку індивідуальних цінностей та можливостей працівників, ступеня сформованості в них почуття залучення до цілей компанії та ступеня відповідності цілей працівника цілям підприємства[3].

Для досягнення цілей розвитку підприємства через задоволення цілей розвитку працівників та формування пропозицій і рекомендацій для підприємств згідно з проведеними дослідженнями сформовано оцінку рівня результативності мотиваційного механізму[1].

Нами узагальнено та доповнено критеріями оцінювання методику визначення рівня результативності мотиваційного механізму через оцінку досягнення цілей підприємства та працівника, яка представлена формулою (1):

$$K_{p.m.} = (K_{ц.прац.} + K_{ц.підпр.})/2 \quad (1)$$

де $K_{p.m.}$ – рівень результативності мотиваційного механізму;

$K_{ц.прац.}$ – коефіцієнт досягнення цілей індивідуального розвитку працівників;

$K_{ц.підпр.}$ – коефіцієнт досягнення цілей розвитку підприємства.

Даний показник рівня результативності мотиваційного механізму праці слід оцінювати наступним чином:

– значення показника до 0,5 бала – низький рівень оцінки мотиваційного механізму;

– значення показника від 0,51 до 0,60 бала – рівень оцінки мотиваційного механізму нижче середнього;

– значення показника від 0,61 до 0,7 бала – середній рівень оцінки мотиваційного механізму;

– значення показника від 0,71 до 0,80 бала – рівень оцінки

мотиваційного механізму вище середнього;

– значення показника від 0,81 до 0,90 бала – рівень оцінки мотиваційного механізму вище середнього;

– значення показника від 0,91 до 1 бала – високий рівень оцінки мотиваційного механізму;

Коефіцієнт досягнення цілей індивідуального розвитку працівників пропонуємо оцінювати за формулою (2):

$$K_{\text{ц.прац.}} = \frac{K_1 + K_2 + K_3 + K_4 + K_5 + K_6 + K_7 + K_8 + K_9 + K_{10} + K_{11}}{11} \quad (2)$$

де $K_{\text{ц.прац.}}$ – коефіцієнт досягнення цілей індивідуального розвитку працівників;

K_1 – коефіцієнт оцінки задоволеності умовами робочого місця;

K_2 – коефіцієнт оцінки задоволеності керівництвом;

K_3 – коефіцієнт оцінки психологічного клімату в колективі;

K_4 – коефіцієнт оцінки задоволеності змістом праці;

K_5 – коефіцієнт професійного розвитку;

K_6 – коефіцієнт розвитку ділових якостей працівників та особистого потенціалу;

K_7 – коефіцієнт задоволеності нематеріальною мотивацією;

K_8 – коефіцієнт задоволеності матеріальною мотивацією;

K_9 – коефіцієнт рівня обізнаності працівників про систему мотивації;

K_{10} – коефіцієнт задоволення соціальних потреб;

K_{11} – коефіцієнт оцінки зовнішніх факторів впливу.

Даний коефіцієнт показує, наскільки працівники задоволені реалізацією мотиваційного механізму в підприємстві. Показники K_1 – K_{11} оцінюються на основі опитувань працівників. Для оцінки часткових коефіцієнтів використана бальна оцінка від 1 до 3, де: 3 – високе значення показника; 2 – середнє значення показника; 1 – низьке значення показника.

Показник рівня результативності мотиваційного механізму повинен слугувати індикатором дієвості системи мотивації. Періодичне проведення оцінки рівня мотивації за допомогою даних коефіцієнтів сприятиме усуненню

недоліків в мотивації праці та сприятиме досягненню балансу інтересів суб'єктів господарського процесу [4].

Результатом проведеного дослідження стало доповнення рекомендацій щодо удосконалення мотивації персоналу сільськогосподарських підприємств, які мають охоплювати заходи як на рівні підприємства, так і на загальнодержавному рівні:

- мотивація має відштовхуватись від потреб конкретного працівника та враховувати цілі конкретного підприємства. Мотиваційний механізм повинен будуватися на єдності інтересів підприємства та працівника, взаємовигідній їх співпраці. Важливим напрямком розвитку системи мотивації праці вважаємо не шаблонний, не стандартизований підхід, а індивідуальний підхід до мотивації кожного працівника, що дозволяє йому розкрити себе як особистості з орієнтацією на досвід, кваліфікацію, ділові якості, користь для організації. В цьому важливе значення відіграють управлінські навички керівника, який в ході безпосереднього контакту з працівником може виявити індивідуальні нахили та мотиваційну спрямованість і застосувати відповідні важелі мотивації[6].

- мотивація праці на підприємствах має сприяти підвищенню якості життя працівників. Також підприємство має відігравати важливу роль у підвищенні якості життя населення, де воно розміщене. Сюди відноситься розбудова інфраструктури, покращення умов побуту, вирішення соціальних проблем населення. Позитивним би було направлення державної політики на створення важелів впливу на керівництво підприємства по розбудові інфраструктури та забезпеченні працівників об'єктами соціальної інфраструктури. Сучасною тенденцією у сфері праці є збільшення вільного часу працівників через запровадження гнучких графіків роботи. Це стимулює працівників до економії робочого часу [5]

- важливим є зростання заробітної плати до економічно обґрунтованого рівня. Низька оплата праці та погана якість життя людей призводять до того, що люди починають орієнтуватися на короткострокові вигоди. Реалії

економіки ставлять працівника в безвихідне становище боротьби за виживання, єдиним бажанням його стає вчасна виплата заробітної плати, а єдиним почуттям – страх втратити робоче місце. В таких умовах навіть найпрогресивніші системи мотивації не будуть давати результату. Тільки після того, як заробітна плата досягне рівня, який би забезпечував нормальну якість життя працівника, почнуть давати результат інші фактори мотивації. Важливою умовою формування гідного рівня оплати праці є політика держави щодо підвищення рівня мінімальної заробітної плати до економічно обґрунтованого рівня[4,5].

– побудова мотиваційного механізму з орієнтацією на довгострокову перспективу. На сучасних підприємствах переважно відсутні програми довгострокового фінансування в людський капітал, що включав би навчання працівників, реалізацію їх потреби в саморозвитку, прищеплення персоналу корпоративних цінностей підприємства. «Переважна більшість працівників українських підприємств та організацій в існуючих умовах масово орієнтовані на реалізацію у праці так званої «ближньої мотивації», яка за змістом наближена до мотивації «виживання» в умовах сьогодення і не орієнтована на досягнення цілей «дальньої мотивації», пов'язаних творчістю, постійним інвестуванням у саморозвиток, піднесенням конкурентоспроможності».

– розвиток у працівників перспективного мислення. Зайнятість працівника має формуватися з урахуванням його уподобань, бачення перспективи для себе, наявності можливостей для розвитку на робочому місці. Отримання задоволення від роботи підвищує самооцінку працівника, стимулює здатність робити свою роботу якісно, вносити пропозиції по вдосконаленню. Разом з тим, на підприємстві повинна бути прозора кадрова політика та відкритою інформація про можливості кар'єрного росту, повинна заохочуватися довгострокова робота на підприємстві.

Список використаних джерел

1. Кредісов А.І., Панченко С.Г., Кредісов В.А. Менеджмент для керівників. К.: Т-во "Знання", КОО, 1999. 556с.
2. Чикуркова А.Д. ,Мотиваційний профіль як складова системи мотивації праці персоналу.Збірник наукових праць Таврійського Державного агротехнологічного університету . Мелітополь, 2012. №2(18), том 1. С. 379-388.
3. Чикуркова А.Д., Система мотивації праці робочої сили суб'єктів господарювання.Вісник ЖНАЕУ. Вип. №1 (26), т. 2. 2010. С. 170-176.
4. Чорний Г. М. Раціоналізація використання робочого часу керівниками підприємств АПК. Економіка АПК. 2002. № 2. С. 121-123.
5. Чикуркова А.Д. Методологічні підходи до вивчення мотивації праці персоналу підприємств.Збірник наукових праць ПДАТУ. Вип. 20. Т. 2. 2012. С. 52-56.
6. Шпикуляк О. Г. Менеджмент і здійснення кадрової політики аграрного підприємства. Економіка АПК. 2004. №12. С. 132-136.

Грішин Іван

Студент 2 курсу спеціальності «Фінанси,
банківська справа та страхування»,

Науковий керівник: **Гайбура Ю.А.,**

к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи,
страхування та електронних платіжних систем

Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський

ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Фінансові ресурси є одним із фундаментальних понять фінансів підприємств. Їхня специфіка виявляється в тому, що вони завжди виступають у грошовій формі, мають розподільний характер і відбивають формування і