

свою роботу здійснювали б ефективну реалізацію завдань державної регіональної економічної політики.

Так, наприклад, у країнах ЄС коло інститутів, які безпосередньо залучаються до процесу розвитку територій (крім органів державної влади та органів місцевого самоврядування різного рівня), є значно ширшим. Узагальнивши досвід європейських країн, автор наукової праці [6] наводить класифікацію інститутів, які безпосередньо залучаються до процесу розвитку територій (крім органів державної влади та місцевого самоврядування різного рівня): асоціації муніципалітетів; національні агентства розвитку; торгово-комерційні та промислові палати; технополіси; бізнесові та інноваційні центри; регіональні фінансові компанії; приватні консультанти та експерти; профспілки; організації, які займаються працевлаштуванням населення; організації, які спеціалізуються у поширенні нових технологій; бізнес-інкубатори; венчурні фонди; гарантійні фонди; благодійні фонди; місцеві агентства розвитку; комунальні фундації; заклади вищої освіти та регіональні наукові центри; технологічні дослідницькі лабораторії; агентства регіонального розвитку.

Використані джерела

1. Блик Р. Завдання удосконалення інституційноправового забезпечення регіональної політики в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?..
2. Державна регіональна політика України: особливості та стратегічні пріоритети : моногр. / за ред. З. С. Варналя. – К. : НІСД. – 2007. – 768 с.
3. Долішній М. І. Регіональна політика на рубежі ХХ—ХХІ століть: нові пріоритети / М. І. Долішній; НАН України. Ін-т регіональних досліджень. – К.: Наукова думка, 2006. – 512 с.
4. Черевко О. В. Стратегія соціально-економічного розвитку регіонів України : моногр. / О. В. Черевко. – Черкаси : Брама-Україна, 2006. – 424 с.
5. Національна економіка : навч. посіб. / [А. Ф. Мельник, А. Ю. Васіна, Т. Л. Желюк, Т. М. Попович] ; за ред. А. Ф. Мельник. – К. : Знання, 2012. – 463 с.
6. Біла С. Інституційні засади державного регулювання розвитку депресивних територій / С. Біла [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/Monitor/june2009/9.htm>

Федик Зоряна

(науковий керівник: к. е. н., доцент кафедри менеджменту та публічного управління Овсянюк-Бердадіна О. Ф.)

МОТИВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ ТРУДОВОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Сучасні умови господарювання умовляють зміни щодо способів управління та методів досягнення поставлених цілей. Відносини між апаратом управління та персоналом будуються на новій основі, оскільки проходить розуміння того, що саме персонал є найціннішим ресурсом організації. Таким чином,

правильно керуючи персоналом, можна вивести організацію на новий рівень, постійно впроваджувати новачі та, як наслідок, збільшувати розмір прибутку.

Мотиваційний механізм є сукупністю інструментів, який дозволяє покращувати результативність роботи персоналу, сприяти підвищенню інноваційної активності. На сучасному етапі розвитку українського бізнесу проблема персоналу набуває все більшого значення, адже для покращення результатів діяльності та підвищення продуктивності праці необхідним є персонал, який прагне працювати й професійно розвиватися [1, с.29].

Для забезпечення дієвості мотиваційний механізм має будуватися з урахуванням особливостей персоналу, які включають потреби, інтереси, установки і ціннісні орієнтації працівників та брати до уваги наявну структуру управління персоналом, чинники, що впливають на установу всередині і ззовні, а також традиції, що склалися та історичний досвід роботи.

Тому ефективний мотиваційний механізм має ґрунтуватися на діючій системі матеріального і нематеріального стимулювання, а також бути врегульованим з стратегією розвитку організації. Найбільш поширеним механізмом мотивації часто вважають заохочення грошовими винагородами, преміями, підвищення оплати праці тощо.

Слід відмітити, що на сьогодні, товаровиробники, продукцію яких реалізують, наприклад, дистрибуційні компанії беззаперечно вважають ефективне управління командою, головним фактором успіху реалізації їх асортименту продукції. Для цього вони встановлюють ряд вимог щодо мотивації діяльності команд, основні з яких полягають у відповідності заробітної плати членам торгової команди та реалізованого обсягу продукції торговим точкам. Зокрема в діяльності дистрибуційних компаній для торгової команди часто встановлюють наступну типovu диференціацію (див. табл. 1).

Таблиця 1

Приклад залежності виконання плану продаж та заробітної плати членів торгової команди

Виконання плану, %	Відсоток зарплати від обсягу продаж
100% і більше	2,5% (торговий агент) 0,25% (супервайзер)
90% – 99,9%	2,3% – (торговий агент) 0,23% – (супервайзер)
80% – 89,9%	2,1% – (торговий агент) 0,23 – (супервайзер)
70,0% – 79,9%	1,9% – (торговий агент) 0,19% – (супервайзер)
60% – 69,9%	1,7% – (торговий агент) 0,1% – (супервайзер)
59,9% і менше	1,5% – (торговий агент) 0,15% – (супервайзер)

Таким чином, керівник торгової команди – супервайзер – має принципову зацікавленість у максимальних продажах товару його торговими агентами, а вони, в свою чергу, мають аналогічну зацікавленість, оскільки існує пряма залежність між реалізованим обсягом продаж та їх заробітною платою.

Таке досить суворе, на наш погляд, стимулювання обсягу продаж приносить реальні результати, однак не всі учасники торгової команди можуть витримати швидкі темпи роботи для забезпечення належного рівня відсотку. Оскільки товаровиробники все частіше застосовують спадаючі каскадні схеми стимулювання обсягів продаж, а штатний розпис дистрибуційних компаній не є безбазисним, то члени однієї торгової команди часто є водночас і членами іншої торгової команди. Це забезпечує їм стабільність заробітку, якщо по окремій позиції членом команди не досягнуто необхідного відсотку виконання плану.

Таким чином, основна мета управління членами команд полягає у забезпеченні досягнення ефективної реалізації продукції. З цією метою дистрибуційні компанії здійснюють постійний відбір та оцінку членів команд.

В цілому система управління командою не буде працювати ефективно, якщо не буде розроблена ефективна модель мотивації. Таким чином, наукову та практичну значущість буде мати розробка алгоритму дієвої мотивації команд через встановлення набору індивідуальних факторів мотивації, варіанти реалізації професійного потенціалу та однакові можливості розвитку кар'єри, що вимагає подальших пошуків у цьому векторі досліджень.

Використані джерела

1. Белова О.І. Дієвий мотиваційний механізм на підприємстві як запорука забезпечення стратегічної активності підприємства / О.І. Белова // Функціонування економічних систем в умовах постіндустріального розвитку: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернетконференції – Харків, 2015. – С. 28-31.
2. Музиченко-Козловський А.В. Основні елементи механізму мотивування працівників / А.В. Музиченко-Козловський, А.В. Колодичук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вин. 21.6. – С. 361–367.
3. Овсянюк-Бердадіна О. Ф. Особливості процесу управління командними змінами в дистрибуційній компанії / О. Ф. Овсянюк-Бердадіна О. Ф. // Економічний простір: Збірник наукових праць. – №88. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2014. – С.229-238