

Перша група представлена такими якостями, які можна позначити узагальненим поняттям «вміння і бажання подібатися». До них відносяться такі природні якості, як комунікабельність, емпатичність, рефлексивність, красномовність.

В другу групу входять характеристики особистості, які є наслідком її освіти та виховання – моральні цінності, психічне здоров'я, володіння комплексом людинознавчих технологій (міжособисте спілкування, діловий спіч, вміння долати конфліктні ситуації).

Третя група якостей пов'язана з життєвим і професійним досвідом особистості [6].

Мистецтво і техніка створення образу полягає в тому, щоб пізнати самого себе, зрозуміти, що є привабливим для інших, і досягти певної гармонії. Творити самого себе – робота не проста, але водночас вона викликає й найбільшу цікавість для кожної людини.

Висновки. Отже, успіх самопрезентації залежить від уміння представити, подати себе іншим людям, привернути до себе увагу, активізувати інтерес людей до своїх якостей. Майстерне володіння технологією самопрезентації сприяє вдалому вибору моделей поведінки і виконанню різних ролей, що дозволяє гідно відчувати себе в спілкуванні з людьми різного соціального положення та професійного статусу. Адже привабливий для інших, і який не суперечить своєму внутрішньому «Я»-образ є ключем до вирішення багатьох життєвих проблем.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Архангельская М.Д. Бизнес-этикет, или Игра по правилам. – М.: Изд-во Эксмо, 2004. – 160с.
2. Браун Л. Имидж – или путь к успеху – СПб.: Питер, 2000. – 192 с.
3. Бороздина Г. В. Психология делового общения. – М.: Инфра, 2000. – 414 с.
4. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. – М., 2000. – 326 с.
5. Капустюк О.М., Пастушенко В.С. Явище самопрезентації особистості та співвіднесення його із саморозкриттям. Збірник наукових праць (Психологічні науки). – №2. – Бердянськ: БДПУ, 2005. – 213 с.
6. В.М. Шепель. «Имиджелогия. Как нравиться людям» М.: Народное образование, 2002.
7. Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. Учебное пособие. – СПб.: Знание, ИВЭСЭП, 2001. – 496 с.

УДК 331.101.3

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ "МОТИВАЦІЯ"

Галіченко О.В.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Проблема спонукування людей до праці не втрачала своєї актуальності протягом всієї історії еволюційного розвитку. Сьогоднішні негаразди в Україні вимагають вирішення практичних завдань управління трудовою діяльністю шляхом застосування таких соціально-економічних методів мотивації праці, які надади б змогу підвищити економічну зацікавленість працівників продуктивно і якісно працювати. Але наукове опрацювання механізмів мотивації залишається недостатнім, і зокрема, щодо визначення сутності поняття "мотивація".

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Мотиваційні теорії розвивалися протягом усієї історії економічної науки. Мабуть, важко знайти економіста, який би в своїх дослідженнях не торкався мотиваційних проблем. Розгляд питань відносно теоретичного обґрунтування мотивації праці знайшли відображення в роботах як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. Перші згадки на дану тему зустрічаються в роботах А. Сміта, Ф. Тейлора, Е. Мейо. Вагомий внесок у розвиток теорії мотивації серед зарубіжних вчених зробили А. Маслоу, Ф. Герцберг, В. Врум, Л. Портер, Е. Лоулер. Питання мотивації та оплати праці досліджували такі вітчизняні вчені, як В.Я. Амбросов, Л.О. Антоненко, О.А. Бугуцький, М.Х. Вдовиченко, В.К. Горкавий, О.Д. Гудзинський, В.С. Дієсперов, Й.С. Завадський, А.М. Колот, А.В. Македонський, М.Й. Малік, М.І. Нижній, І.Х. Степаненко, А.В. Токар, К.І. Якуба та ін. Але структурні зміни, які мали місце в

економіці останнім часом, потребують перегляду багатьох положень щодо механізмів мотивації

Формулювання цілей статті. Що стосується цілей статті, то вони полягають у висвітленні поглядів фахівців у галузі мотивації та уточнення змісту трактування поняття “мотивація”.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблеми мотивації праці та створення мотиваційного механізму займають чільне місце в економіці і досліджувалися багатьма вченими. Суттєвий внесок у розвиток теорій мотивації внесли українські вчені. Так, Михайло Вольський (1834-1876) вважав необхідним поліпшувати фізичні, моральні та інтелектуальні умови існування людини. Григорій Цехановецький (1833-1889) виступав проти узагальнень Адама Сміта про людську поведінку. Він зробив висновок, що багато людей намагаються поліпшити своє становище не тільки завдяки власній праці, а й за рахунок інших. Михайло Туган-Барановський (1865-1919) одним з перших розробив чітку класифікацію потреб, виділивши п'ять їх груп. Особливого значення він надавав психологічним почуттям, трудовим традиціям, моральним і релігійним поглядам, одним із перших проповідував значущість духовності у розвитку економіки.

Отже значна кількість визначень категорії “мотивація” та різноманітність їх застосування вимагає певного уточнення.

Мотивація з погляду психології особистості трактується як ключ до опису й глибинного розуміння особистості та індивідуальних відмінностей [1, с. 219]. Психологи визначають мотивацію як процес, яким пояснюється актуальна поведінка щодо індивідуальних особливостей. О. Макаревич, кандидат психологічних наук, розглядаючи поняття мотивація, характеризує її як процес: 1) вибору між мотивованими діями; 2) регулювання і спрямування дії на досягнення певних цільових станів, які підтримують цю спрямованість; 3) зваження можливих наслідків дій, оцінка їх результату; 4) прогнозування поведінкового акту від початку до кінця; 5) здійснення функції саморегуляції на окремих фазах поведінкового акту, насамперед до і після виконання дії; 6) застосування функціональних здібностей; 7) пояснення актуальної поведінки щодо індивідуальних відмінностей.

В економічній літературі визначення поняття “мотивація” неоднозначне. На думку одних авторів, мотивація – це свідоме прагнення до задоволення потреб, інші – під мотивацією праці трактують усе те, що активізує діяльність людини. А.М. Колот у навчальному посібнику “Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу” дає таке визначення “мотивація – це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованості, орієнтованої на досягнення особистих цілей і цілей організації. Мотивація – це сукупність усіх мотивів, які впливають на поведінку людини” [3,с.12]. Досить поширеним є визначення мотивації праці як рушійної сили поведінки, як прагнення людини до активної дії.

Різнорічність трактувань свідчить про складність цього поняття, і необхідність всебічного вивчення. Дослідження мотивації праці є передумовою розробки та впровадження на підприємствах України ефективних стимулюючих систем, що враховують різнорічні інтереси працівників, раціонально поєднують у собі методи матеріального і морального заохочення й забезпечують ефективну діяльність працівників в інтересах підприємства.

Уявлення про мотивацію сьогодні значно відрізняються від перших теорій, оскільки пройшли шлях від розгляду робітників як “живих машин” і розуміння грошей як єдиного стимулу до вивчення психологічних аспектів даного процесу і його соціальної ролі. В таблиці 1 наведені найбільш розповсюджені визначення поняття “мотивації праці”.

Таблиця 1.

Основні визначення поняття "мотивація"

Автор	Визначення поняття мотивація
Виханський О.С., Наумов А.И.	Мотивація – це сили, що існують внутрішньо і поза людиною, які побуджують в ній інтуїзізм і завзятість
Уткін Э.А.	Мотивація – стан особи, що визначає ступінь активності і направленості дій людини в конкретній ситуації
Занюк С.С.	Мотивація – сукупність спонукуючих факторів, які визивають активність особи і визивають направленість її діяльності
Дафт, Річард Л.	Мотивація – сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, задають межі і форми діяльності і надають цій діяльності направленості, орієнтовану на досягнення визначених цілей
Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф.	Мотивація – процес спонукування себе і інших до діяльності для досягнення особистих цілей і цілей організації

Як бачимо, всі вище наведені дослідники збігаються у думці, що мотивація – це спонукування активності особи у визначеному напрямку для досягнення поставлених цілей; це процес, що характеризується сукупністю факторів, які можуть бути задані зовні чи формуватись особистістю у відповідності до її ціннісних орієнтирів, інтересів та очікувань.

Отже, у теоретичному аспекті розробка питань мотивації має здійснюватись у двох основних напрямках: по-перше, розвитку теорії задоволеності працею, що визначають положення, які спонукають до діяльності та стимулюють її; по-друге, як спонукати суб'єктів діяльності (працівників чи підприємств в цілому) до досягнення відповідних (заданих) цілей.

Мотивація базується на двох категоріях: потреби і винагороди. Саме потреби є відправною точкою мотивації:



Рис. 1 . Модель мотивації через потреби

Виходячи з цих позицій можна наступним чином уточнити поняття "мотивація". Мотивація – це процес впливу на людину (від управлінської діяльності), який забезпечує спонукування себе і інших працівників, що спрямоване на задоволення потреб і досягнення особистих цілей та цілей організації через отримання винагороди.

Висновки. Незважаючи на те, що питання мотивації досить широко розглянуте в працях багатьох вчених, сучасний стан розвитку економіки потребує повернутись до зазначених проблем і більш поглибленого вивчення сутності цієї економічної категорії.

Ми пропонуємо при розробці поняття "мотивація" опиратися на модель мотивації через потреби. Саме потреби формують у свідомості людини інтерес, який створює мотиви. При цьому мотиви зумовлюють певну поведінку людини, спонукаючи її виконувати дії з метою отримання винагороди та досягнення особистих цілей

ЛІТЕРАТУРА:

1. Психология. Словарь .Под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Политиздат, 1990.
2. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджменту. - Москва, 1992.
3. А.М. Колот "Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу" Київ 98 К:КНЕУ,

4. Дафт, Ричард Л. Менеджмент Пер. с англ. В.Вольского и др. Под общ. ред. Ю.Н. Каптуревского. 2001
5. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учеб. для вузов. 3-е изд. - М.: Гардарики, 2001.

УДК 330

ДО ПИТАННЯ ПРОБЛЕМ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ АГРАРНОГО РИНКУ **Д'якова Т. А.**

Постановка проблеми в загальному вигляді. Нинішня криза світової економіки висвітлює слабкість конкурентної позиції не лише агропромислового виробництва, а і всього народногосподарського комплексу України. Більшість підприємств опинилися на межі виживання, що дестабілізувало фінансово-економічний стан держави в цілому. Тому на сучасному етапі необхідно виявити та всебічно й об'єктивно проаналізувати причини провалу державної стратегії розвитку сільського господарства і ринку його продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Викладеним вище явищам дали певну оцінку як вітчизняні, так і зарубіжні економісти: П.Т. Саблук, Ю.Ф. Мельник, В.М. Юрківський, О.М. Шпичак, Є.К. Марчук та інші. Спираючись на їхні дослідження, до ключових проблем політики були, насамперед, віднесені: 1) роздержавлення та широкомасштабна приватизація державної власності в аграрному комплексі і формування на цій основі багатокладного сільського господарства, що розглядалися як важливий етап переходу до ринкової економіки; 2) надання суб'єктам господарської діяльності економічної самостійності у формуванні виробничих програм, вибору каналів реалізації та визначенні цін; 3) скорочення дотацій та субсидій; 4) лібералізація зовнішньоторговельної діяльності; 5) формування приватного сектора в сільському господарстві.

Формулювання цілей статті. Метою даної статті є визначення ролі держави в керуванні економічною системою продовольчого ринку в період кризової ситуації в АПК та забезпечення пропорційності вітчизняної та іноземної товарної пропозиції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перехід аграрної сфери до ринку не можна розглядати ізольовано від загальних соціально-економічних змін в державі. Ринок, як відомо, є найважливішим елементом виробництва. Ринок є сферою обміну товарів, організованого за законами руху товарно-грошових відносин відповідно із законом вартості, законом попиту і пропозиції, законом конкуренції та законом грошового обігу. Тому ринок треба розглядати як важливий сектор господарського механізму. А оскільки це так, то любий механізм є регульованим явищем. Разом з тим, як показав вітчизняний і зарубіжний досвід, одних ринкових регуляторів для ефективного розвитку виробництва і забезпечення різноманітних потреб населення явно недостатньо. Необхідним інструментом функціонування продовольчого ринку в сучасних умовах є його державне регулювання.

Визначена на сучасному етапі кризова ситуація продовольчого ринку має глибокі історичні корені і суттєві особливості. У становленні продовольчого ринку можна виділити декілька етапів. З кінця 80-х – початку 90-х років минулого сторіччя був, так званий, зрівняльний підхід до формування ринку товарів і послуг, незалежно від їх народногосподарського значення. Внаслідок цього макроекономічні фактори почали негативно впливати на формування продовольчого ринку. Це спричинило падіння реального рівня доходів населення, інфляцію і збільшення неплатежів. Одночасно знизилось значення етапності застосування нових економічних відносин, які враховували б природу розвитку аграрного виробництва.

В перші роки постреформаційного періоду з розвитком соціально-економічних відносин чимало елементів ринку трансформувалися в досконаліші економічні системи.