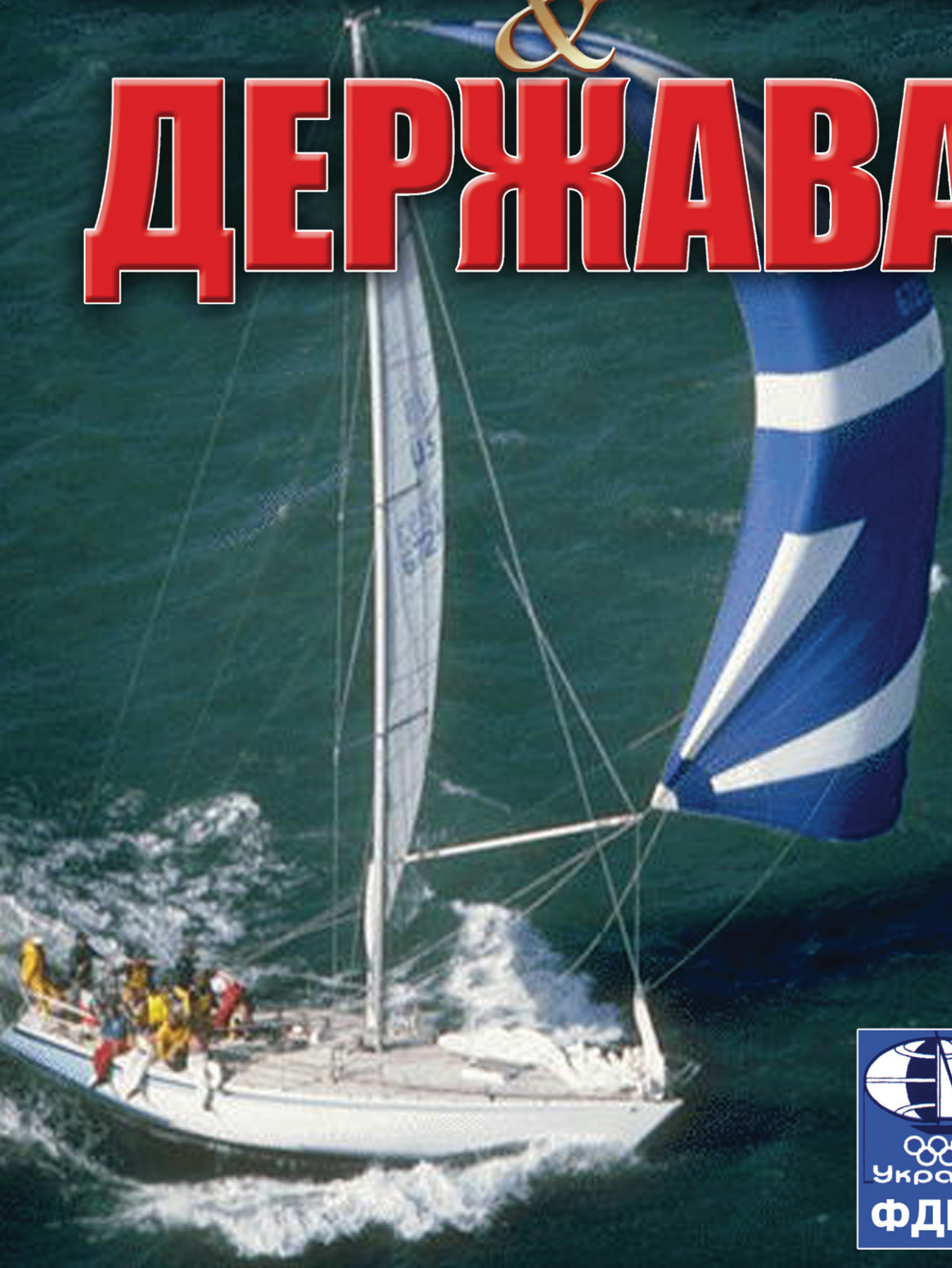


Міжнародний науково-практичний журнал

№ 4 квітень 2020 р.

ЕКОНОМІКА & ДЕРЖАВА



Денисенко Микола Павлович, головний редактор, доктор економічних наук, професор, професор кафедри бізнес-економіки та туризму, Київський національний університет технологій та дизайну

Кучеренко Ганна Борисівна, відповідальний секретар

Андрющенко Катерина Анатоліївна, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри економіки та підприємництва, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана».

Гармідер Лариса Дмитрівна, доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри економіки промисловості та організації виробництва ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

Гайдуцький Павло Іванович, доктор економічних наук, професор, академік Національної аграрної академії наук, директор Інституту стратегічних оцінок Президентського фонду Леоніда Кучми «Україна»

Гайдуцький Андрій Павлович, доктор економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки і маркетингу, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Гайдуцький Іван Павлович, доктор економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Гнатєва Тетяна Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування, Одеський державний аграрний університет

Кожем'якіна Світлана Миколаївна, доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри теоретичної і прикладної економіки, Інститут підготовки кадрів Державної служби зайнятості України

Козловський Сергій Володимирович, доктор економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва, корпоративної та просторової економіки, Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

Лозинський Дмитро Леонідович, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку і аудиту, Державний університет «Житомирська політехніка»

Лутай Лариса Анатоліївна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту, Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України

Mančirdas Morkunas (Манчірдас Моркунас), Doctor of Philosophy in Management and business administration Associate professor, Head of Logistics Management study program, Mykolas Romeris University, Vilnius, Lithuania

Ніколюк Олена Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри Менеджменту і логістики, Одеська національна академія харчових технологій

Пантелєєва Наталія Миколаївна, доктор економічних наук, кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи, Черкаський навчально-науковий інститут Державного вищого навчального закладу «Університет банківської справи»

Резнікова Наталія Володимирівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин, Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Сазонєць Ігор Леонідович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри державного управління, документознавства та інформаційної діяльності, Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне

Сардак Сергій Едуардович, доктор економічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Трусова Наталя Вікторівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Таврійський державний агротехнологічний університет, м. Мелітополь

Тульчинська Світлана Олександрівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки і підприємництва, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Федоренко Станіслав Валентинович, кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри охорони праці і навколишнього середовища КНУБА, академік академії будівництва України

Фролова Тетяна Олександрівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародних фінансів, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Чвертко Людмила Андріївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Чирва Ольга Григорівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Халатур Світлана Миколаївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Яременко Людмила Михайлівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, обліку і оподаткування, ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»

Ярошевська Оксана Володимирівна, доктор економічних наук, професор кафедри економіки, Класичний приватний університет, м. Запоріжжя

Журнал включено до Переліку наукових фахових видань України з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК

(постанова президії ВАК України від 27 травня 2009 р. № 1-05/2,

наказ Міністерства освіти і науки України № 1081 від 29.09.2014 р.)

Наказ Міністерства освіти і науки України № 1643 від 28.12.2019 р.

(Категорія «Б»).

Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292

ІНДЕКСАЦІЯ ВИДАННЯ В НАУКО-МЕТРИЧНИХ БАЗАХ:

— Index Copernicus (IC);

— SIS;

— Google Scholar.

Свідоцтво КВ № 9144,

від 09.09.2004 року

ISSN 2306-6806

Передплатний індекс: 01751

Адреса редакції:

м. Київ, вул. Дорогожицька, 18, к. 29

Поштова адреса:

04112, м. Київ, вул. Дорогожицька,

18, к. 29

Телефон: (044) 223-26-28, 537-14-33

Телефон/факс: (044) 458-10-73

E-mail: economy_2008@ukr.net

www.economy.in.ua

Засновники:

Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості

України,

ТОВ "Редакція журналу

"Економіка та держава"

Видавець:

ТОВ "ДКС Центр"

Передрукування дозволяється лише за згодою редакції.

Відповідальність за добір і викладення фактів несуть автори. Редакція не завжди поділяє позицію авторів публікацій.

Рекомендовано до друку Вченою Радою

ІПК ДСЗУ 30.04.20 р.

Підписано до друку 30.04.20 р.

Формат 60x84 1/8, Ум. друк. арк. 50,2.

Наклад — 1000 прим.

Папір крейдований, друк офсетний.

Замовлення № 3004/2.

Віддруковано у ТОВ «ДКС центр»

м. Київ, пров. Куренівський, 17

Тел. (044) 537-14-34

У НОМЕРІ:

Економіка та держава № 4/2020

Економічна
наука

<u>Утенкова К. О.</u> Теоретичні засади формування методики експертної оцінки впливу окремих чинників на стан економічної безпеки аграрних підприємств	133
<u>Рожко Н. Я.</u> Особливості концепції маркетингу і логістики у функціонуванні суб'єктів ринку овочів та фруктів	141
<u>Пришляк Н. В., Курило В. Л., Пришляк В. М.</u> Розвиток біоенергетики як складова забезпечення енергетичної безпеки України	146
<u>Здирко Н. Г., Козаченко А. Ю.</u> Мотивація як найважливіша функція в управлінні публічними закупівлями	156
<u>Міщук Є. В.</u> Урахування впливу стратегічних заходів розвитку підприємства на його економічну безпеку	162
<u>Грибіненко О. М.</u> Індикатори екологічної складової економічної безпеки країн світу	168
<u>Кузик О. В.</u> Роль держави у маркетинговій комунікаційній діяльності аграрного сектора України	177
<u>Гоменюк М. О.</u> Розвиток системи логістичного обслуговування на засадах клієнтоорієнтованості	182
<u>Курбацька Л. М., Кагурус І. Г.</u> Впровадження маркетингових інновацій в діяльність промислових підприємств	187
<u>Літвінова І. М.</u> Імплементация нормативних актів щодо реформування вугільної промисловості України в контексті використання природоохоронних технологій	191
<u>Мамед-заде Эмин Эльгар</u> Инновационная инфраструктура промышленности в Азербайджане и мировой опыт	196
<u>Ганас А. М., Дорош І. М., Петрова Я. Ю.</u> Характеристика та типологія інновацій як економічної категорії	201
<u>Параниця Н. В., Буднік І. О.</u> Аналіз структури та динаміки зовнішньоторговельних товаропотоків України	206
<u>Небаба Н. О., Коліна А. Г.</u> Особливості лібералізації торгово-економічного співробітництва між Україною та країнами Близького Сходу	210
<u>Крамаренко І. С., Войт Д. С., Прокопенко Н. О., Кльоц Ю. Ю., Христофоров В. О.</u> Фінансові резерви інвестиційного потенціалу національної економіки в нестійких умовах	215
<u>Устіловська А. С.</u> Аналітичні дослідження сучасного рівня застосування інноваційних методів управління персоналом на підприємствах транспортної галузі	221
<u>Ханін С. Г.</u> Проблеми економічного розвитку регіонів, що зумовляють необхідність модернізації регіональної економіки	232
<u>Головко Р. А.</u> Формування ризик-менеджменту фермерських господарств	236
<u>Батрак О. В.</u> Фінансова стійкість як об'єкт діагностики швейних підприємств у системі антикризового управління	241
<u>Мовсеян А. С.</u> Конвергенція українського ринку медичних інструментів до ринку ЄС	246
<u>Заставний Ю. Б.</u> Фінансово-економічне регулювання органічного сільськогосподарського виробництва в секторі сільських домогосподарств	251

Н. Г. Здырко,
к. е. н., доцент, декан факультету обліку та аудиту,
Вінницький національний аграрний університет
ORCID ID: 0000-0001-5968-3502

А. Ю. Козаченко,
к. е. н., старший викладач кафедри аудиту та державного контролю,
Вінницький національний аграрний університет
ORCID ID: 0000-0002-8469-7081

DOI: 10.32702/2306-6806.2020.4.156

МОТИВАЦІЯ ЯК НАЙВАЖЛИВІША ФУНКЦІЯ В УПРАВЛІННІ ПУБЛІЧНИМИ ЗАКУПІВЛЯМИ

N. Zdyrko,
PhD in Economics, Dean of the Faculty of Accounting and Auditing, Vinnytsia National Agrarian University
A. Kozachenko,
PhD in Economics, Senior Lecturer at the Department of Audit and State Control, Vinnytsia National Agrarian University

MOTIVATION AS THE MOST IMPORTANT FUNCTION IN PUBLIC PROCUREMENT MANAGEMENT

У статті проведено аналіз літературних джерел та розмаїття поглядів науковців на формулювання дефініції "мотивація", що дало змогу виокремити ознаки відмінності розуміння цього поняття. Досліджено сутність понять "потреби", "мотив", "мотивування", "стимул", "стимулювання". Здійснено аналіз структури мотивації в управлінні публічними закупівлями, як процесу, що поєднує цілісний комплекс дій, основу реалізації яких становлять потреби, мотиви та стимули, що спрямовані та мають на меті досягнення бажаного результату (задоволення потреб замовника у товарі (виконанні робіт, наданні послуг), закупівля товарів найвищої якості за найнижчою ціною, зменшення закупівельних цін у результаті залучення якомога ширшого кола постачальників, прозорість проведення тендерів через торгові майданчики). Висвітлено особливості функції мотивації в управлінні публічними закупівлями.

Public, private, corporate enterprises feel in practice that the development and success of market relations, obtaining the necessary economic benefits, can not be achieved without integration into "global efforts" to find and use motivation, as an essential function in managing public procurement. Motivation is an important basis for any changes in the system of formation of management decisions and their implementation. The article analyzes the literary sources and the diversity of views of scholars on the definition of "motivation", which allowed to distinguish the differences in understanding of this concept. The essence of the concepts of "needs", "motive", "motivation", "stimulus", "stimulation" is investigated. According to the analysis of the scientific literature, it was observed that the motivation is manifested in the following aspects: economic — refers to productive activities to achieve the goals and objectives of the entity; social — manifested through the formation of social structure, the formation of needs, the development of personality; psychological — because of the content of work, attitude to it, a favorable climate in the team, a positive atmosphere and so on. Understand the essence of public procurement. The analysis of the structure of motivation in the management of public procurement, as a process that combines a holistic set of actions, the basis of which are needs, motives and incentives that are aimed and aimed at achieving the desired result (satisfaction of customer needs in the product (performance of works, provision of services), procurement of the highest quality goods at the lowest price, reduction of purchase prices as a result of attracting the widest possible range of suppliers, transparency of tendering through trading platforms). It is revealed that the function of motivation in the management of public procurement has certain

features, which are manifested in the following: it is organized within the framework of setting and achieving goals; it is a cost-result process that satisfies the interests of the customer and the tenderer (supplier); it is a managed process that needs constant attention, performance evaluation and refinement.

*Ключові слова: мотивація, мотив, потреба, стимул, стимулювання, публічні закупівлі.
Key words: motivation, motive, need, incentive, stimulation, public procurement.*

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ

Мотивація є важливою основою будь-яких змін у системі формування управлінських рішень та їх реалізації. Крім того, мотивація є найважливішим чинником в управлінні публічними закупівлями за допомогою якого можна досягти ефективного та прозоре проведення тендерів через торгові майданчики, отримання економічних вигод за рахунок купівлі товарів найвищої якості за найнижчою ціною, прийняття замовниками чесних, об'єктивних та недискримінаційних рішень, тощо. Тому питання організації ефективної мотивації в управлінні публічними закупівлями є досить актуальним для детального дослідження.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

У науковій літературі й на практиці існують різні підходи до формулювання дефініції "мотивація". Вперше визначення сутності процесу мотивації було запропоновано М. Месконом, М. Альбертом, Ф. Хедоурі [1]. Значний внесок у формування і розвиток теоретико-прикладних положень сфери мотивування на підприє-

мствах зробило чимало вітчизняних і зарубіжних науковців, серед яких варто виокремити праці: О. Бодарецька, Є. Брижатий, А. Вернадський, Ф. Герцберг, Т. Гончаренко, П. Друкер, А. Калініченко, А. Колот, В. Концева, О. Кузьмін, Е. Лоуел, А. Маслоу, Д. МакКлеланд, О. Потьомкіна, Ф. Тейлор, А. Туякбаева, І. Шостак та інші.

Проведений аналіз літературних джерел дає підстави переконатись, що науковці здебільшого ототожнюють поняття "мотивування" і "мотивація". Зокрема О. Вовк, Н. Гайтина, Є. Горковенко, Р. Гріфін, А. Кибанов, В. Матюшкин, А. Мельник, А. Полозова, М. Рибалка, В. Яцура та інші висловлюють думки, що дані поняття є словами-синонімами. Ототожнюються "мотивація" і "мотивування" у Всесвітньому словнику української мови [2] та Глуначному словнику української мови [3].

Теоретичний фундамент розвитку концепцій мотивації як однієї з найважливіших функцій управління закладено в роботах таких вчених: Д. Адамс, К. Альдерфер, В. Врум, Ф. Герцберг, П. Друкер, Е. Локк, Е. Лоулер, Ф. МакКлеланд, А. Маслоу, М. Портер, М. Мескон, О. Сердюк, Ф. Тейлор, В. Травін, А. Файоль, Х. Хекхаузен та ін. Проте зазначені науковці оперують загаль-

Таблиця 1. Визначення дефініції "мотивація"

№	Автор	Визначення «мотивація»	Ознаки мотивації
1	2	3	4
1	Дьяченко М.І., Кандибович Л.О.	Мотивація - сукупність мотивів, які спонукають до досягнення мети	Процес спонукання
2	Єгоршин А.П.	Мотивація - процес спонукання людини до діяльності для досягнення цілей	
3	Колот А. М.	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	
4	Мескон М.Н.	Мотивація- процес спонукання себе та інших до діяльності для досягнення особистих цілей та цілей підприємства	
5	Нестерчук В.П.	Мотивація – процес спонукання людини чи групи людей на досягнення цілей організації, що включає в себе мотиви, інтереси, потреби, захоплення	Процес спонукання
6	Туякбаева А.И.	Мотивація – процес спонукання людини до діяльності для досягнення цілей	
7	Брижатий Є.І.	Мотивація – це сукупність стійких мотивів, з певною ієрархією, що в подальшому виражає спрямованість особистості	
8	Гріфін Р., Яцура В.	Мотивація - сукупність чинників, які зумовлюють поведінку людей	Процес стимулювання
9	Сердюк О.Д.	Мотивація - процес спонукання та стимулювання кожного працівника і колективу в цілому до результативної діяльності для досягнення особистих цілей та головної мети підприємства	
10	Хміль Ф.І.	Мотивація – стимулювання певної поведінки людини, зумовленої напруження між потребами і можливістю їх задоволення	Процес стимулювання
11	Шапіро В.Д.	Мотивація - це процес стимулювання кого-небудь до діяльності, спрямованої на досягнення цілей організації	
12	Вернадський А.А.	Мотивація-це свідоме прагнення до певного типу задоволення потреб, до успіху	Особисті бажання (прагнення працівника)
13	Травін В.В.	Мотивація – це прагнення працівника задовольнити свої потреби за допомогою трудової діяльності	

Джерело: сформовано на основі [3—13].

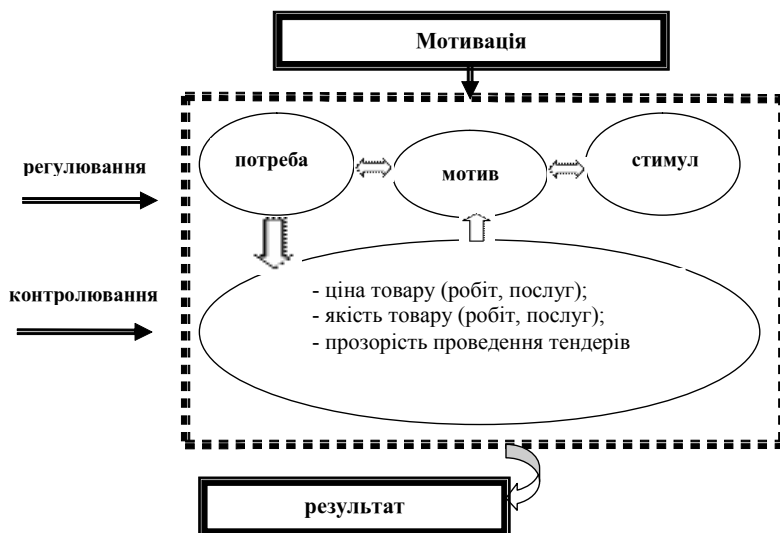


Рис. 1. Мотиваційні методи в управлінні публічними закупівлями

Джерело: авторське узагальнення.

ними категоріями, більш прийнятними для суб'єктів господарювання і не приділяють увагу дослідженню мотивації, як найважливішої функції в управлінні публічними закупівлями, що робить тему даної статті актуальною та обумовлює необхідність подальших досліджень.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою статті є дослідження існуючих наукових підходів до сутності поняття "мотивація" та обґрунтування системи найважливіших мотиваційних факторів в управлінні публічними закупівлями, які здатні забезпечити досягнення бажаного результату замовника та виконавця.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Державні, приватні, корпоративні підприємства в практичній діяльності відчують, що розвиток та успіх ринкових відносин, отримання необхідної економічної вигоди, не можливо досягти без інтеграції у "глобальні зусилля" щодо пошуку та застосування мотивації, як найважливішої функції в управлінні публічними закупівлями.

Аналіз літературних джерел та розмаїття поглядів науковців на формулювання дефініції "мотивація" дають змогу виокремити ознаки відмінності розуміння даного поняття (табл. 1).

Вважаємо, що визначення "мотивація", які подані науковцями Брижатим Є.І., Гріфіном Р., Яцурою В. [9; 10] доцільно відносити до процесів спонукання і стимулювання. Оскільки мотивами і чинниками в даних визначеннях можуть бути стимули, які спонукатимуть людей до діяльності та вирішення конкретних ситуацій у певний спосіб.

Крім висвітлених дефініцій мотивації у таблиці 1, доводиться спостерігати, що й у психологічному аспекті

поняття "мотивація" немає єдиного визначення та підходу. Так, Є.І. Брижатий зазначає, що: "під мотивацією, одні розуміють активність організму і визначають її спрямованість, інші — сукупність факторів, які підтримують і спрямовують поведінку" [9, с. 38]. Д. Аширов акцентує увагу на тому, що мотивація є: "...процесом фізіологічної або психологічної нестачі або потреби, який спонукає до активізації поведінки у досягненні відповідної мети, а сам мотив — це індивідуальна рушійна сила, яка спонукає вести себе по іншому" [14]. Л.В. Олійник притримується думки, що мотивацією є об'єднання рушійних сил поведінки (цілі, інтереси, ідеали), які детермінують діяльність [15].

Згідно з проведеним аналізом наукової літератури, доводиться спостерігати, що мотивація проявляється через наступні аспекти:

- 1) економічні — стосуються результативної діяльності для досягнення мети і цілей суб'єкта господарювання;
- 2) соціальні — проявляються через формування соціальної структури, формування потреб, розвитку особистості тощо;
- 3) психологічні — через змістовність праці, ставлення до неї, сприятливий клімат у колективі, позитивну атмосферу тощо.

Враховуючи теоретичний зміст і практичне значення організації й проведення публічних закупівель, у цій статті функція мотивації розглядається тільки в економічному аспекті.

Під публічними закупівлями, як зазначають науковці О. Альциванович та Я. Цимбаленко, доцільно розуміти: "Сукупність поетапних дій, які складають цілісну, врегульовану законодавством процедуру, що здійснюється на конкурентній основі, спрямовану на закупівлю за державні кошти та кошти місцевих бюд-

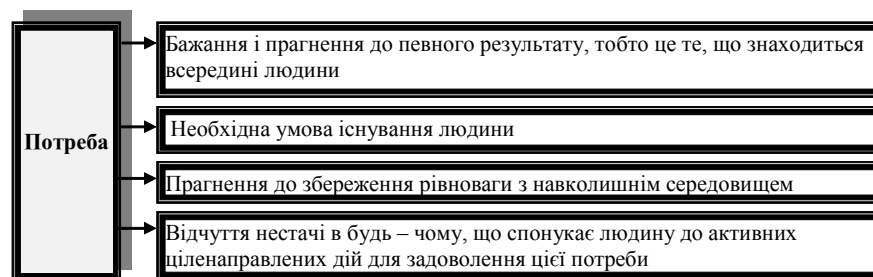


Рис. 2. Розуміння сутності поняття "потреба"

Джерело: сформовано на основі [17, с. 15; 18, с. 116; 19, с. 254; 20, с. 419].

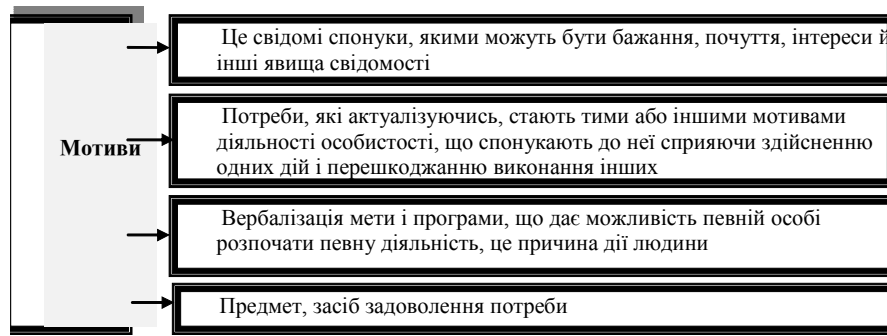


Рис. 3 Сутність поняття "мотив"

Джерело: сформовано на основі [22, с. 330; 23, с. 39].

жетів необхідних товарів, робіт і послуг, що пропонуються учасниками процедур, відповідно до потреб замовника (розпорядника коштів), виходячи із умов якості, ціни, кількості, строку поставки товару, надання послуг чи виконання робіт, місця знаходження постачальника, строку дії пропозиції конкурсних торгів, тощо та проводиться з метою реалізації функцій публічної адміністрації, а також включає контроль, нагляд, координацію та моніторинг за проведенням процедур уповноваженими органами" [16].

Саме задоволення потреб замовника у товарі (виконанні робіт, наданні послуг), закупівля товарів найвищої якості за найнижчою ціною, зменшення закупівельних цін у результаті залучення якомога ширшого кола учасників торгів (постачальників), прозорість проведення тендерів через торгові майданчики — основні методи мотивації для ефективного проведення публічних закупівель.

Мотиваційні аспекти управління публічними закупівлями складають цілісний комплекс дій, основу реалізації яких становлять потреби, мотиви та стимули, що спрямовані та мають на меті досягнення бажаного результату (ціни товару, його якості та прозорості проведення тендерів) (рис. 1).

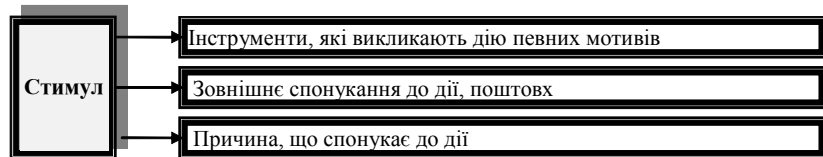


Рис. 4 Сутність поняття "стимул"

Джерело: сформовано на основі [21, с. 322; 25, с. 862].

Виникнення потреби — це відчуття людиною нестачі чогось, що "вимагає" свого задоволення. В науковій літературі існує безліч визначень поняття "потреба", основні представимо на рисунку 2.

Таким чином, найважливішою умовою мотивації є потреби. Їх особливість полягає в індивідуальному прояві. На практиці потреби виявляються у формі цілей, бажань, інтересів, різного роду прагнень, тому вони постають як внутрішній орієнтир процесів організації та планування публічних закупівель.

На основі потреб і майже одночасно з ними виникають і формуються мотиви. Мотив фактично передуює активній діяльності, метою якої є задоволення потреб працівника в досягненні поставлених цілей й отриманні бажаного результату. Мотив є продукт зустрічі "зовнішнього" (стимул) та "внутрішнього" (системи потреб),

Таблиця 2. Класифікаційні ознаки стимулів та їх види

№	Ознаки класифікації	Види	Теоретичне наповнення
1	2	3	4
1	За механізмом впливу	Тверді	Страх неотримання, недосягнення ціннісного мінімуму, у тому числі і оплати праці
		Ліберальні	Спонукання людини до витрат зусиль, на привабливу ймовірність досягнення ціннісного максимуму
2	Залежно від моменту отримання винагороди	Актуальні	Пов'язані зі значенням оплати праці як джерела простого відтворення робочої сили
		Перспективні	Пов'язані зі можливістю розширеного відтворення робочої сили: прагнення до багатства, влади, соціального просування і стабільності
3	За формою нагороди	Матеріальні	Матеріально-грошові і матеріально-негрошові
		Нематеріальні	
4	За періодом дії та формами організації	Випереджальні	Поінформованість об'єкту стимулювання про очікувані від нього результати праці
		Підкріплювальні	Стимулювання здійснюється після виконання роботи без попереднього повідомлення про очікувані результати
5	За об'єктом стимулювання	Індивідуальні	Встановлюється зв'язок між ефективністю діяльності конкретного виконавця і його заохочень
		Колективні	Конвергенція інтересів окремих виконавців з інтересами колективу, використовується коли існують труднощі у визначенні внеску конкретного виконавця в кінцеві результати діяльності трудового колективу

Джерело: сформовано на основі [24, с. 118].

або, як зазначають психологи, мотив є опрідметнювана потреба [21, с. 321].

Мотив — це безпосередньо те, що спонукає людину зробити ті чи інші дії (рис. 3).

Доцільно зазначити, що мотиви виникають під впливом стимулів, тобто мотив — це внутрішнє усвідомлене спонукання, а стимул — це набір цінностей (благ), які діють як методи спрямування мотиву [24, с. 117]. Причому стимули виконують роль важелів дії, що викликають дію певних мотивів.

Саме за допомогою стимулу людина зацікавлена виконувати ту чи іншу дію. Висвітлення розуміння поняття "стимул" представлено на рисунку 4.

Науковці зазначають, що стимулами можуть бути: "окремі предмети, дії інших людей, обіцянки, можливості й багато чого іншого, що може бути запропоноване людині в компенсації за його дії або що він бажав би одержати в результаті певних дій" [26, с. 2—30].

Проведений аналіз існуючих видів і типів стимулів дав підстави переконатись, що науковці виокремлюють різні ознаки їх класифікації (табл. 2).

Крім зазначених у таблиці 2 класифікаційних ознак стимулів та їх видів, в науковій літературі ще виокремлюють: за характером впливу на результативність стимулювання праці (позитивні і негативні); в залежності від моменту отримання винагороди (безпосередні, поточні, перспективні); залежно від ступеню і характеру конкретних умов одержання винагороди (загальні і цільові); за змістом і складом мотивів (недостатні, адекватні та порогові). Зазначені стимули не є доцільними для застосування при проведенні публічних закупівель.

У таблиці 1 висвітлено, що ознакою мотивації є процес стимулювання. Аналіз економічної літератури дав підстави переконатись, що поняття "мотивація" та "стимулювання" хоч і тісно пов'язані один з одним, однак мають різний зміст.

Стимулювання — це міра зовнішньої підтримки, завдяки якій здійснюється вплив на активність людини [27]. Ми погоджуємося із думкою тих науковців [21; 27], які вважають, що відмінними ознаками даних термінів є те, що "мотивація" — це передусім внутрішнє бажання та зацікавленість конкретної людини щось зробити, а "стимулювання" не можна здійснити без зовнішнього впливу на людину або організаційну систему, для отримання ефективного результату діяльності.

Отже, стимулювання — це процес впливу на людину, наслідком якого завжди є дія, яка спроектована на досягнення певної мети. Тобто стимулювання є одним із ефективних засобів, за допомогою якого можливо здійснювати мотивацію.

Підвищення рівня мотивації шляхом удосконалення системи стимулювання — одна з найактуальніших проблем в області активізації людського фактора в інноваційній діяльності, розв'язання якої покликано забезпечити переорієнтацію учасника публічних закупівель (постачальника) на створення конкурентоспроможної продукції, високих технологій, пошук резервів зростання ефективності, розвитку інтересу до постійного вдосконалення науково-технічних знань. Ефективність процесу публічних закупівель істотно залежить від мотиваційної складової, яка охоплює як стимулюючі дії замовника, так і учасників торгів (постачальників).

У поняттях "мотивація" та "стимулювання" є дещо спільне, а саме те, що стосується в першу чергу кінцевої мети, яка полягає в досягненні бажаного результату.

Функція мотивації в управлінні публічними закупівлями має певні особливості:

1) організується в рамках постановки та досягнення цілей;

2) це процес, який здійснюється за алгоритмом "вирати-результат" за умови задоволення інтересів замовника і учасника торгів (постачальника);

3) це керований процес, який потребує постійної уваги, оцінки на ефективність та удосконалення.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Мотивація в управлінні публічними закупівлями виконує найважливішу функцію, адже стосується організаційних взаємодій між учасниками торгів. Проте ефективність мотивації неможливо досягти без розуміння мотивів і потреб учасників для досягнення поставлених цілей в отриманні бажаного результату, а також правильного використання стимулів для праці.

У статті було досліджено методи та фактори мотивації управління публічними закупівлями, що складають цілісний комплекс дій, основу реалізації яких становлять потреби, мотиви та стимули, які спрямовані та мають на меті задоволення потреб замовника у товарі (виконанні робіт, наданні послуг), закупівлю товарів найвищої якості за найнижчою ціною, зменшення закупівельних цін у результаті залучення якомога ширшого кола учасників торгів (постачальників), прозорість проведення тендерів через торгові майданчики тощо.

Система мотивації повинна бути орієнтована на кінцевий результат, мати справедливий характер та бути простою й зрозумілою для кожного учасника публічних закупівель.

Література:

1. Мескон М.Х. Основы менеджмента: пер. с англ. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. — 2-е изд. — М.: Дело, 2001. — 800 с.
2. Всесвітній словник української мови [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://uk.worldwidenedictionary.org>
3. Тлумачний словник української мови [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://slovnuk.ua/index.php?swrd=>
4. Кузьмін О.Є. Взаємозв'язок понять "мотивація" та "мотивування" у системі мотивування персоналу підприємств [Електронний ресурс] / О.Є. Кузьмін, О.М. Бодарецька // Бізнес Інформ. — 2015. — № 1. — С. 347—352.
5. Егоршин А.П. Управление персоналом / А.П. Егоршин. — Нижний Новгород, 1997. — 607 с.
6. Колот А.М. Мотивація персоналу: підручник / А.М. Колот. — Київ: КНЕУ, 2002. — 345 с.
7. Мескон М. Основы менеджменту. Пер. з англ. / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. — М.: Справа, 1997. — 702 с.
8. Туякбаева А.И. Предпринимательская мотивация как частный случай трудовой мотивации / А.И. Туякбаева, М.А. Полутова // Вестник ЧитГУ. — 2012. — № 6 (85). — С. 70 — 75
9. Брижатиєв Є.І. Мотиви та мотивація у професійній діяльності майбутнього офіцера [Електронний ресурс] / Є. І. Брижатиєв // Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету "Україна". — 2013. — № 1. — С. 38—41.
10. Гріфін Р. Основы менеджменту: підручник / Р. Гріфін, В. Яцура. — Львів: БаК, 2001. — 624 с.
11. Сердюк О.Д. Теорія та практика менеджменту: навч. посібник / О.Д. Сердюк. — К.: Професіонал, 2010. — 432 с.
12. Вернадський А. А. Механізм мотивації персоналу / А.А. Вернадський. — К., 2000. — 410 с.
13. Травін В.В. Основы кадрового менеджменту: практ. посібник / Травін В.В., Дятлов В.А. — 3-е вид., випр. і доп. — М.: Справа, 2001. — 336 с.
14. Аширов Д.А. Трудовая мотивация: учеб. пособие / Д.А. Аширов. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005. — 448 с.
15. Олійник А.В. Мотивація досягнення як умова підвищення ефективності процесу учіння майбутніх магістрів військового університету / А.В. Олійник // Вісник Житомирського державного університету імені

Івана Франка. — Житомир: Редакційно-видавничий центр Житомирського державного університету імені Івана Франка, 2011. — Вип. 55. — С. 79—83.

16. Альциванович О.В. Теоретико-категоріальний аналіз поняття публічних закупівель та корупційних ризиків при їх здійсненні в Україні [Електронний ресурс] / О.В. Альциванович, Я.Ю. Цимбаленко // Аспекти публічного управління. — 2018. — Т. 6, № 9. — С. 92—103.

17. Уткин Э.А. Мотивационный менеджмент / Э.А. Уткин. — М.: Ассоц. авторов и изд. "ТАНДЕМ"; Изд-во ЭКМОС, 1999. — 256 с.

18. Ромашов О.В. Социология труда: учеб. пособие / Ромашов О.В. — М.: Гардарики, 2001. — 320 с.

19. Владимірова Л.П. Экономика труда: учебное пособие / Л.П. Владимірова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИД "Дашков и К", 2002. — 300 с.

20. Калініченко А.В. Мотивація та мотиваційний процес: сутність та поняття [Електронний ресурс] / А.В. Калініченко // Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2013. — Вип. 42. — С. 417—420.

21. Концева В.В. Мотивація та стимулювання в сучасних умовах [Електронний ресурс] / В.В. Концева, Г.М. Рижанкова // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. — 2011. — Вип. 8. — С. 320—323.

22. Ковальчук Л.О. Основи педагогічної майстерності: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л.О. Ковальчук; МОН України; Львів, нац. ун-т ім. І. Франка. — Л.: ЛНУ ім. І. Франка, 2007. — 604 с.

23. Дмитренко Г.А. Мотивація і оцінка персонала: [учеб. пособие] / Г.А. Дмитренко, Е.А. Шарапатова, Т.М. Максименко. — К.: МАУП, 2002. — 248 с.

24. Шостак І.В. Економіко-організаційні аспекти стимулювання і мотивації праці персоналу підприємств [Електронний ресурс] / І.В. Шостак // Інвестиції: практика та досвід. — 2014. — № 24. — С. 116—120.

25. Словник іншомовних слів: 23000 слів та термінологічних словосполучень / Уклад. Л. О. Пустовіт та ін. — К.: Довіра, 2000. — 1018 с.

26. Управление персоналом организации / Под ред. А.Я. Кибанова. 4-е изд., доп. и перераб. — М.: ИНФРАМ, 2010. — 695 с.

27. Гончаренко Т.І. "Мотивація" як предмет економічного дослідження [Електронний ресурс] / Т.І. Гончаренко // Соціально-гуманітарний вісник. — 2019. — Вип. 25. — С. 257.

28. Потьомкіна О.В. Реалізація термінів "мотивація" та "стимулювання" у ефективній діяльності персоналу (теоретичний підхід) [Електронний ресурс] / О.В. Потьомкіна, В.Ю. Дорош, Н.Г. Биховець // Економічні науки. Серія: Економіка та менеджмент. — 2018. — Вип. 15. — С. 211—216.

29. Серьогін С.М. Мотивація як основний спосіб підвищення ефективності роботи публічних службовців (соціологічний аналіз) [Електронний ресурс] / С.М. Серьогін, Н.Г. Сорокіна, О.М. Шеломовська // Аспекти публічного управління. — 2019. — Т. 7, № 12. — С. 5—14.

References:

1. Meskon, M.Kh. (2001), *Osnovy menedzhmenta [Management Basics]*, Delo, Moscow, Russia.

2. World dictionary of Ukrainian language (2020), available at: <http://https://uk.worldwidedictionary.org> (Accessed 20 March 2020).

3. Explanatory Dictionary of Ukrainian language (2020), available at: <https://slovnuk.ua/index.php?swrd=> (Accessed 20 March 2020).

4. Kuz'min, O.Ye. (2015), "Relationship between the concepts of "motivation" and "motivation" in the system of motivation of enterprise staff", *Biznes Inform*, vol. 1, pp. 347—352.

5. Ehorshyn, A.P. (1997), *Upravlenye personalom [HR management]*, Nyzhnyj Novhorod, Russia.

6. Kolot, A.M. (2002), *Motyvatsiia personalu [Staff motivation]*, KNEU, Kyiv, Ukraine.

7. Meskon, M. (1997), *Osnovy menedzhmentu [Fundamentals of management]*, Sprava, M., Ukraine.

8. Tuiakbaeva, A.Y. (2012), "Entrepreneurial motivation as a special case of labor motivation", *VestnykChytHU*, vol. 6 (85), pp. 70—75.

9. Bryzhatyj, Ye.I. (2013), "Motives and motivation in the professional activities of the future officer", *Zbirnyk naukovykh prats' Khmel'nyts'koho instytutu sotsial'nykh tekhnolohij Universytetu "Ukraina"*, vol. 1, pp. 38—41.

10. Hrifin, R. (2001), *Osnovy menedzhmentu [Fundamentals of management]*, BaK, Lviv, Ukraine.

11. Serdiuk, O.D. (2010), *Teoriia ta praktyka menedzhmentu [Management theory and practice]*, Profesional, Kyiv, Ukraine.

12. Vernads'kyj, A.A. (2000), *Mekhanizm motyvatsii personalu [Mechanism of staff motivation]*, Kyiv, Ukraine.

13. Travin, V.V. (2001), *Osnovy kadrovoho menedzhmentu [Fundamentals of personnel management]*, Sprava, Moscow, Russia.

14. Ashyrov, D.A. (2005), *Trudovaia motyvatsiia [Labor motivation]*, TK Velby, Yzd-vo Prospekt, Moscow, Russia.

15. Olijnyk, L.V. (2011), "Motivation of achievement as a condition for increasing the effectiveness of the process of teaching of future masters of military university", *Visnyk Zhytomyrs'koho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka*, vol. 55, pp. 79—83.

16. Al'tsyvanovych, O.V. (2018), "Theoretical and categorical analysis of the concept of public procurement and corruption risks in their implementation in Ukraine", *Aspekty publichnoho upravlinnia*, vol. 6, no. 9, pp. 92—103.

17. Utkyn, E.A. (1999), *Motyvatsyonnyj menedzhment [Motivational management]*, Assots. avtorov y yzd. "TANDEM"; Yzd-vo EKMOС, Moscow, Russia.

18. Romashov, O.V. (2001), *Sotsyolohiia truda [Sociology of labor]*, Hardaryky, Moscow, Russia.

19. Vladymyrova, L.P. (2002), *Ekonomyka truda [Labor Economics]*, YD "Dashkov y K", Moscow, Russia.

20. Kalinichenko, A.V. (2013), "Motivation and motivation process: essence and concept", *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, vol. 42, pp. 417—420.

21. Kontseva, V.V. (2011), "Motivation and stimulation in modern conditions", *Upravlinnia proektamy, systemnyj analiz i lohistyka. Tekhnichna seriia*, vol. 8, pp. 320—323.

22. Koval'chuk, L.O. (2007), *Osnovy pedahohichnoi majsternosti [Fundamentals of pedagogical skills]*, LNU im. I. Franka, Lviv.

23. Dmytrenko, H.A. (2002), *Motyvatsiia y otsenka-personala [Motivation and assessment of staff]*, MAUP, Kyiv, Ukraine.

24. Shostak, I.V. (2014), "Economic-organizational aspects of stimulation and motivation of work of the personnel of enterprises", *Investytsii: praktyka ta dosvid*, vol. 24, pp. 116—120.

25. Pustovit, L.O. (2000), *Slovnuk inshomovnykh sliv: 23000 sliv ta terminolohichnykh slovospoluchen' [Dictionary of foreign words: 23,000 words and terminological phrases]*, Dovira, Kyiv, Ukraine.

26. Kybanova, A.Ya. (2010), *Upravlenye personalom orhanyzatsyy [Organization personnel management]*, YNFRAM, Moscow, Russia.

27. Honcharenko, T.I. (2019), ""Motivation" as a subject of economic research", *Sotsial'no-humanitarnyj visnyk*, vol. 25, pp. 257.

28. Pot'omkina, O.V. (2018), "Implementation of the terms "motivation" and "stimulation" in the effective activity of staff (theoretical approach)", *Ekonomichni nauky. Seriia: Ekonomika ta menedzhment*, vol. 15, pp. 211—216.

29. Ser'ohin, S.M. (2019), "Motivation as the main way of increasing the efficiency of public servants (sociological analysis)", *Aspekty publichnoho upravlinnia*, vol. 7, no. 12, pp. 5—14.

Стаття надійшла до редакції 25.03.2020 р.