

## **УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК**

Эффективное управление сельскохозяйственным производством в условиях неустойчивой конъюнктуры аграрного рынка предполагает организацию специализированной маркетинговой службы на предприятиях АПК.

В практике использования маркетинга получили распространение следующие подходы к построению структуры управления маркетингом:

1. Функциональная ориентация - наиболее предпочтительный вариант для небольших предприятий, формирующих свою маркетинговую службу, когда разнообразие производимых и продаваемых товаров невелико, а количество рынков незначительно;

2. Товарная ориентация структуры управления - особенно эффективна, когда требования к рекламе, организации продаж и обслуживания существенно различны для каждого товара;

3. Региональная ориентация структуры управления аналогична товарной, но здесь за основу берется специализация не по товарам, а по рынкам. Применяется, когда количество рынков велико, в то время как номенклатура продукции достаточно однотипна и позволяет более глубоко изучать потребности покупателей.

Стремясь свести к минимуму недостатки и воспользоваться достоинствами товарной и региональной ориентации, перерабатывающим предприятиям АПК следует стремиться к созданию сегментной структуры службы маркетинга.

*Яковлева Н.Ю., ГНУ ИАЭНАН Беларуси (Минск)*

## **УПРАВЛЕНИЕ МОТИВАЦИЕЙ ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИЯХ АПК**

Реализация принципов радикальной экономической реформы АПК, выход из экономического кризиса невозможны без выработки механизма мотивации труда работников сельскохозяйственных организаций. Мотивацию можно определить как совокупность методов и способов воздействия на человека, побуждающих его к определенным действиям для достижения поставленных перед ним целей.

В основе любых действий человека лежит необходимость удовлетворения тех или потребностей. Потребности могут быть достаточно общими для разных людей, но в то же время их проявление сугубо индивидуально у каждого человека и зависит от его интересов и ценностей.

Наиболее приоритетными направлениями мотивации трудовой активности в организациях АПК являются: мотивирование по труду и мотивирование с учетом прав собственности.

Данные утверждения основываются на том, что в каждом трудовом коллективе можно выделить социально более активных и социально менее активных (пассивных) работников. Социальная пассивность работника может быть обусловлена как недостаточной материальной заинтересованностью в результатах своего труда, так и существующей социальной несправедливостью, психологическим дискомфортом на предприятии. При этом к понятию «социальная справедливость» нельзя относить только справедливость действующей системы оплаты труда, распределения доходов и благ социально-бытовой сферы. В основе ее лежит и правовое отношение людей к средствам