



МАУП

Міжрегіональна
Академія управління
персоналом

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
ЕКОНОМІКА ХХІ СТОЛІТТЯ:
проблеми та перспективи

Випуск 1



Хмельницький, 2020

**Економіка ХХІ століття : проблеми та перспективи :
зб. наук. пр. / гол. ред. Л. Г. Білий. –
Хмельницький : Вид-во Хмельниц. ін-ту МАУП, 2020. Вип. 1. 102 с.**

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ ІНСТИТУТ
імені Блаженнішого Володимира, Митрополита Київського і всієї України
Приватного акціонерного товариства «Вищий навчальний заклад
«Міжрегіональна Академія управління персоналом»

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

ЕКОНОМІКА ХХІ СТОЛІТТЯ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Випуск 1



Хмельницький – 2020

**Економіка XXI століття : проблеми та перспективи :
зб. наук. пр. / гол. ред. Л. Г. Білий. –
Хмельницький : Вид-во Хмельниц. ін-ту МАУП, 2020. Вип. 1. 102 с.**

УДК 332.14
ББК 65.9 (4 Укр)
З 94

**З 94 Економіка XXI століття : проблеми та перспективи : зб.
наук. пр. / гол. ред. Л. Г. Білий. – Хмельницький : Вид-во Хмельниц.
ін-ту МАУП, 2020. – Вип. 1. – 102 с.**

У збірнику наукових праць «Економіка XXI століття : проблеми та перспективи» висвітлено актуальні проблеми теоретичних та практичних засад забезпечення прийняття управлінських рішень. Розглянуто основні проблеми інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень.

Рекомендовано науковцям, викладачам, учителям, студентам та всім, хто цікавиться економічною наукою.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Білий Л. Г., кандидат педагогічних наук, доцент, директор Хмельницького інституту МАУП (головний редактор); **Авсієвич А. В.**, доктор філософії в галузі права; **Ваганова Л. В.**, кандидат економічних наук, доцент; **Гуменюк А. Ф.**, кандидат економічних наук, доцент (відповідальна за випуск); **Коцюк В. Д.**, кандидат історичних наук; **Савчук Л. О.**, кандидат педагогічних наук, доцент; **Олійник В. В.**, кандидат педагогічних наук, доцент; **Парандій В. О.**, кандидат історичних наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Булат Г. В., кандидат економічних наук, доцент.
Власюк Ю. О., кандидат економічних наук, доцент.

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради
Хмельницького інституту Міжрегіональної Академії управління персоналом
(протокол № 5 від 25 травня 2020 р.)

© Хмельницький інститут
Міжрегіональної Академії управління персоналом, 2020
© автори статей

ЗМІСТ

Білий Л.Г., Щерба А.Л. УКРАЇНА В КОНТЕКСТІ ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	6
Авсієвич А. В. АНАЛІЗ НОВОВВЕДЕНЬ ВАЛЮТНОГО ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ.....	10
Булат Г.В. НАПРЯМКИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ПРОФЕСІЇ БУХГАЛТЕРА В УКРАЇНІ.....	18
Ваганова Л.В., Оліх Р.Л. ФІНАНСОВИЙ КОМПОНЕНТ МОТИВАЦІЇ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ.....	22
Гуменюк А.Ф., Романовська Н.І. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКОВОГО ПРОЦЕСУ ПІДПРИЄМСТВА.....	27
Гжехулка О.В. ВПЛИВ ЕКОНОМІКИ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	38
Коцюк В.Д., Коцюк Н.В. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ В ПРОЦЕСІ СПОЖИВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В ТУРИСТИЧНІЙ АГЕНЦІЇ «НІКА-ТУР-ВОЯЖ».....	46
Рижа Т.В ЕНЕРГЕТИЧНИЙ АУДИТ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	58

Оліх Г.І., Щенсевич О.Ю.

АУТСТАФІНГ ЯК ФОРМА ВИВЕДЕННЯ ПЕРСОНАЛУ
ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ПОДАТКОВИХ ВИТРАТ
ПІДПРИЄМСТВА..... 65

Охман О.В.

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДОДАТКОВИХ ГАРАНТІЙ У
СПРИЯННІ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ..... 72

Піхняк Т.А.

СИСТЕМА ГРЕЙДУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ: ЇЇ
ПЕРЕВАГИ ТА МОЖЛИВОСТІ..... 78

Савчук Л.О.

ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ ЗА ДОПОМОГОЮ
СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ..... 82

Ковальчук В.Г.

МІСЦЕ НЕГАТИВНИХ ЗАСОБІВ СТИМУЛЮВАННЯ В
СИСТЕМІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА..... 86

Цимбалюк Г.С., Доманюк Н.І.

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ
УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ..... 90

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ..... 94

ДОДАТКИ..... 96

Білий Леонід Григорович
кандидат педагогічних наук, доцент
Щерба Артем Ленідович,
магістрант
(м.Хмельницький)

УКРАЇНА В КОНТЕКСТІ ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Під час аналізу сучасних політичних, економічних та інтелектуальних подій у світі, а також в Україні, багато експертів наголошують на винятковості та безпрецедентності процесів, що відбуваються. У відповідь на теперішні трансформаційні виклики ставиться питання про необхідність пошуку принципово нових теоретичних засад формування ефективної економічної політики. Дуже популярними стали ідеї про крах капіталізму, мейнстріму економічної теорії, глобальної економіки, існуючих політичних систем, навіть цивілізації. [1]

Сучасна цивілізація переживає універсальну трансформацію внаслідок чого суттєво змінюються всі сфери людської життєдіяльності. Основними економічними цілями трансформації є підвищення ефективності економіки та досягнення економічного зростання, тому перед країнами світу, особливо країнами з перехідною економікою, постала проблема досягнення сталого економічного зростання та підвищення якості життя населення.

Сьогодні економічна глобалізація охопила всі країни і народи, являючи собою мережу найрізноманітніших політичних взаємозв'язків, що швидко зростають, приводять

до поглиблення взаємозв'язків між найважливішими політичними центрами та інтенсифікації трансграничних зв'язків. Економічна глобалізація породжує широкий спектр економічних, політичних та духовних взаємовідносин, що призводять як до взаємозбагачення, так і до визначення нової ролі держави та інших суб'єктів міжнародного життя у глобалізованому світі. [2]

Згідно з прогнозами міжнародних фінансових організацій, у перспективі наступних 10 років темпи зростання світової економіки будуть стабільні – на рівні 3% на рік.

Україна зможе з'явитися на світовій мапі ВВП й увійти в ТОП лідерів світової економіки до 2030 року тільки в тому разі, якщо зробить інноваційний технологічний стрибок, підвищивши в понад 10 разів продуктивність праці. Для цього необхідно створити умови для впровадження інновацій, залучити інвестиції в цифрові технології та інфраструктуру.

Якщо в найближчі 3-5 років не відбудеться перехід української економіки до інноваційної, то Україна залишиться на задвірках цивілізації. [3]

У цих умовах наукове усвідомлювання природи сучасних трансформаційних викликів для прийняття ефективних управлінських рішень щодо формування української економічної політики є дуже важливим, бо, насправді, подібні до теперішніх «поворотні пункти», «точки біфуркації», «загальні кризи» соціально-економічного розвитку можна спостерігати в історії багатьох країн.

Можна навести багато прикладів появи фундаментальних соціальних та науково-технічних ідей, які обумовлювали кардинальні суспільні трансформації. Ще Конфуцій звертав увагу на складність життя в епохи змін, а

поява нових світових релігій кардинально змінювала соціально-економічне життя цілих народів, наукові відкриття та нові технології докорінно змінювали економічну мапу світу.

За останні двадцять років Україна програла економічні перегони всім сусіднім країнам та майже всім країнам СНД. Країна має один із найбільших середніх рівнів інфляції за мінімальних темпів економічного зростання. Кожен інфляційно-девальваційний виток, за яким, як правило, стоїть різке падіння цін на світових ринках сировини, призводить до банкрутства значної кількості національних товаровиробників та відкидає Україну на багато років назад. І різке знецінення обмінного курсу є одним із основних факторів негативних явищ. [4]

Фінансова стійкість держави має гарантуватися узгодженими діями інститутів, засобами і інструментами державної політики. Цілі і завдання фінансової стійкості в конкретних умовах соціально-економічного розвитку пов'язані з адаптацією національної економіки до жорсткої конкуренції з економічними системами інших країн. Сутність фінансової стійкості держави розкривається в її механізмі, що ґрунтується на врахуванні національних інтересів суспільства і загроз, які витікають із дестабілізації фінансового сектору.

Світова економіка нині зазнає серйозних змін, пов'язаних із глобальною економічною інтеграцією, лібералізацією міжнародного руху товарів і послуг, капіталу та робочої сили, численними технологічними нововведеннями тощо. У результаті, вкрай важливо стимулювати позитивну спрямованість таких перетворень на забезпечення стійкого та всеосяжного зростання. Водночас варто пом'якшувати негативні наслідки будь-яких зовнішніх або внутрішніх трансформацій.

Рівновага фінансової системи України в середньостроковій перспективі підтримуватиметься завдяки зменшенню впливу кризових явищ на національне господарство.

Сьогоднішній світ перейшов на новий етап життя, де головну роль виконує інформація, а також економіка знань, що будується на ній. Це стало причиною глобального переходу від індустріальної економіки до мережевої інформаційної, цифрової.

Україна має шанс випередити багато країн на хвилі цивілізаційних змін, якщо цифрові технології будуть розвиватися випереджаючими темпами у злагодженій взаємодії ринку та держави.

Список використаних джерел та літератури:

1. Бажал Ю. Інновації як стовбурові клітини економічного зростання. // Глобальні тенденції і перспективи: світова економіка та Україна. / Наук. ред. В.Юрчишин. – Київ: Заповіт, 2018. С. 8-15.
2. Сапа Н.В. Глобальна трансформація сучасних економічних процесів : теоретико-методологічні засади. // Гуманітарний вісник ЗДІА. Випуск 32. 2008. URL: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/visnik_32_190.pdf
3. Прогноз розвитку світової економіки до 2020Е. URL: <https://strategy.uifuture.org/prognoz-rozvitku-sv%D1%96tovoi-ekonom%D1%96ki-do-2030e.html>
4. Дробязко А., Любіч О. Індикатори економічної безпеки України як інструменти антикризового управління. // Глобальні тенденції і перспективи: світова економіка та Україна. / Наук. ред. В.Юрчишин. – Київ: Заповіт, 2018. С. 44-52.

Авсієвич Алла Валеріївна
доктор філософії в галузі права
(м.Хмельницький)

АНАЛІЗ НОВОВВЕДЕНЬ ВАЛЮТНОГО ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ

7 лютого 2019 року було введено в дію Закон України «Про валюту і валютні операції», з прийняттям якого бізнес пов'язував сподівання на лібералізацію валютного ринку в Україні. Цей Закон замінив собою систему нормативно-правових актів, яка існувала раніше і став центром такого регулювання. З прийняттям його втратили чинність наступні документи: Декрет Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання і валютного контролю» №15-93 від 19.02.1993 р., Закон України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» №185/94-ВР від 23.09.1994 р., а також ряд інших підзаконних нормативно-правових актів з питань валютної платіжної дисципліни.

Відбулась значна лібералізація валютних операцій та руху капіталу. Зокрема, чинний Закон України «Про валюту і валютні операції» передбачає можливість здійснення будь-яких валютних операцій, які не заборонені чинним українським законодавством [2]. Поняття валютного контролю замінено поняттям «валютний нагляд», який становить собою систему заходів, спрямованих на забезпечення дотримання суб'єктами валютних операцій та уповноваженими установами валютного законодавства.

Постановою правління Національного банку України від 03.01.2019 р. №13 було затверджено «Положення про валютний нагляд», де пп. 4, 5 визначено, що Національний банк та уповноважені установи здійснюють валютний нагляд в Україні з метою встановлення відповідності здійснюваних валютних операцій валютному законодавству України, враховуючи ризик-орієнтований підхід [1]. При цьому валютний нагляд організовує Національний банк за уповноваженими установами шляхом проведення виїзних та невиїзних перевірок уповноважених установ, їхніх структурних підрозділів, а також застосування до них заходів впливу, що відповідають порушенням, у разі виявлення порушень валютного законодавства. Серед видів заходів впливу, які застосовуються до установ, варто виділити такі: письмове застереження; рішення про обмеження, зупинення чи припинення здійснення установою окремих видів валютних операцій, зупинення ліцензії; штраф за кожен вид порушення вимог валютного законодавства.

Відповідно до останніх змін, після прийняття «Положення про порядок надання банками Національному банку України інформації щодо договорів, які передбачають виконання резидентами боргових зобов'язань перед нерезидентами-кредиторами за залученими резидентами кредитами, позиками», затвердженого постановою правління Національного банку України від 02.01.2019 р. №6 [3], суб'єкти валютних операцій, які не зобов'язані проводити реєстрацію кредитних договорів, будуть зобов'язані лише надавати інформацію про їхні валютні операції уповноваженим установам, через які здійснюються такі валютні операції.

З 07.02.2019 р. обслуговування банками операцій резидентів за договорами, що передбачають виконання

резидентами боргових зобов'язань перед нерезидентами-кредиторами за залученими резидентами кредитами (позиками) (далі –*договори*), здійснюється враховуючи наступне:

- реєстрація договорів, яка була здійснена Національним банком України (реєстраційні свідоцтва, що були видані Національним банком України резидентам-позичальникам) у період до 07.02.2019 р., втрачає чинність;

- банки зобов'язані надавати інформацію щодо договорів в електронній формі до автоматизованої інформаційної системи Національного банку України «Кредитні договори з нерезидентами» з 10:00 07.02.2019 р. та враховуючи вимоги Постанови НБУ №6 [3];

- інформація щодо договорів, яка згідно з Положенням НБУ №270 надавалася банками до Національного банку України з метою реєстрації договорів (внесення змін до реєстрації договорів) та міститься в електронному реєстрі повідомлень про договори, що ведеться засобами спеціального програмного забезпечення Національного банку України щодо реєстрації договорів, станом на 10:00 07.02.2019 р. переноситься в автоматизованому режимі до облікових записів Інформаційної системи (зі збереженням номера й дати запису, що відповідає договору в Реєстрі, для облікового запису, що відповідає цьому договору в Інформаційній системі);

- у разі потреби банк вносить зміни/уточнення до інформації щодо договорів, яка була в автоматизованому режимі відповідно Постанови НБУ №6 [3];

- якщо в Інформаційній системі немає облікового запису, що відповідає договору, реєстрація якого підтверджувалася реєстраційним свідоцтвом (з додатками у разі їх наявності) у паперовій формі, що було видане

Національним банком України резиденту-позичальнику та станом на 06.02.2019 р. залишалося чинним, банк вносить інформацію щодо такого договору (з посиланням на номер і дату такого реєстраційного свідоцтва) до Інформаційної системи не пізніше дня проведення валютної операції за цим договором через цей банк.

Важливим кроком на шляху реформування валютного законодавства стало скасування визначених законом граничних строків здійснення розрахунків за експортно-імпортними операціями. Раніше зарахування виручки в іноземній валюті від будь-яких імпортних операцій на умовах відстрочення поставки мало бути здійснене протягом 180 календарних днів з дати митного оформлення товару (у разі експорту товару), підписання акту прийому-передачі (у разі експорту робіт, транспортних послуг) або здійснення авансового платежу (у разі імпорту товару, робіт чи послуг).Порушення зазначених строків тягнуло за собою стягнення пені за кожен день прострочення у розмірі 0,3% від суми неoderжаної виручки (вартості недопоставленого товару) в іноземній валюті, перерахованої у грошову одиницю України за валютним курсом Національного банку України на день виникнення заборгованості, але не більше ніж сума неoderжаної виручки (вартості недопоставленого товару) (ст. 4 Закону України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» №185/94-ВР від 23.09.1994 р. втратив чинність 07.02.2019 р.).

Щоправда, діючим раніше Законом було передбачено підстави, за настання яких зупинялось нарахування пені:

- прийняття до розгляду судом, Міжнародним комерційним арбітражним судом чи Морською арбітражною комісією при Торгово-промисловій палаті України позовної заяви особи-резидента про стягнення з особи-нерезидента

заборгованості, яка виникла внаслідок недотримання вказаних строків у 180 днів;

- була можливість продовження тривалості вказаних строків центральним органом виконавчої влади з питань економічної політики (Мінекономіки) у разі виконання резидентами операцій за такими договорами, як : виробнича кооперація, комплексне будівництво, консигнація, гарантійне обслуговування, поставка складних технічних виробів і товарів спеціального призначення;

- у разі настання обставин форс-мажору (які повинні бути підтверджені довідкою ТПП України) перебіг зазначених строків зупинявся на весь період дії таких обставин, та поновлювався з дня, наступного за днем закінчення дії таких обставин.

Згідно зі ст. 12 Закону України «Про валюту і валютні операції» [2], у разі наявності ознак нестійкого фінансового стану банківської системи, погіршення стану платіжного балансу України та виникнення обставин, що загрожують стабільності банківської та (або) фінансової системи держави, Національний банк України має право запровадити такий захід захисту як обмеження строку здійснення розрахунків за експортно-імпортними операціями. Таке обмеження як захід захисту може бути запроваджене на строк не більше ніж 6 місяців та надалі продовжене на строк не більше ніж 6 місяців. Загальний строк заходів захисту не може перевищувати 18 місяців протягом двох років, починаючи з першого дня запровадження заходу захисту.

Наразі єдиним видом відповідальності за порушення встановленого як заходу захисту граничного строку здійснення розрахунків за експортно-імпортними операціями є нарахування пені за кожен день прострочення в розмірі 0,3% від суми неодержаних грошових коштів за договором

(вартості недопоставленого товару) в національній валюті у разі здійснення розрахунків за зовнішньоекономічним договором) (контрактом) у національній валюті або в іноземній валюті, перерахованій в національну валюту за курсом Національного банку України, встановленим на день виникнення заборгованості. Загальний розмір нарахованої пені не може перевищувати суму неодержаних грошових коштів за договором (вартості недопоставленого товару) (ч. 5 ст. 13 Закону України «Про валюту і валютні операції»).

Змінами до валютного законодавства розширено підстави для зупинення нарахування пені: виникнення форс-мажорних обставин, прийняття уповноваженим органом відповідної країни документа про стягнення заборгованості на користь резидента в позасудовому (досудовому) примусовому порядку (наприклад, через нотаріуса) (ч. 6, 7 ст. 13 Закону про валюту).

Орім того, постановою Кабінету Міністрів України від 13.02.2019 р. №104 затверджено «Порядок видачі висновку щодо продовження граничних строків розрахунків за окремими операціями з експорту та імпорту товарів, встановлених Національним банком України». Відповідний висновок може видавати профільне Міністерство за окремими операціями з експорту та імпорту товарів, що здійснюються резидентами, а саме: під час виконання зовнішньоекономічних договорів (контрактів) виробничої кооперації; консигнації; у будівництві; тендерної поставки; гарантійного обслуговування; постачання складних технічних виробів; постачання товарів спеціального призначення – операціями з міжнародних передач товарів військового призначення та подвійного використання [4].

Лібералізацією чинного закону є факт скасування індивідуальних ліцензій НБУ. Раніше існувала заборона для

населення відкривати валютні рахунки в закордонних банках без отримання у складному бюрократичному порядку індивідуальної валютної ліцензії Національного банку. Протягом останніх років Національний банк пом'якшив вимоги щодо отримання таких документів фізичними особами, які не є суб'єктами підприємницької діяльності. Відсьогодні скасовуються індивідуальні ліцензії на валютні операції, взамін впроваджуються так звані е-ліміти (2 млн євро/рік для юридичних осіб, 50 тис. євро/рік для фізичних осіб).

Загалом, нове валютне регулювання передбачає близько двох десятків послаблень, які мають покращити ведення бізнесу та зміцнити інвестиційну привабливість України. Основна мета Національного банку України – зняття всіх наявних обмежень та перехід до режиму вільного руху капіталу, який стане підґрунтям для полегшення ведення бізнесу та інвестиційного клімату в Україні, припливу іноземного капіталу, стійкого економічного зростання.

Список використаних джерел та літератури:

1. Про затвердження Положення про валютний нагляд: Постанова Правління Національного банку України від 03.01.2019 № 13. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0013500-19>
2. Про валюту і валютні операції: Закон України від 21.06.2018 р. Відомості Верховної Ради (ВВР). 2018. № 30. Ст.239
3. Про затвердження Положення про порядок надання банками Національному банку України інформації щодо договорів, які передбачають виконання резидентами боргових зобов'язань перед нерезидентами-кредиторами за залученими

резидентами кредитами, позиками: Постанова Правління Національного банку України від 02.01.2019 № 6. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0006500-19>

4. Про затвердження Порядку видачі висновку щодо продовження граничних строків розрахунків за окремими операціями з експорту та імпорту товарів, установлених Національним банком: Постанова Кабінету міністрів України від 13 лютого 2019 р. № 104. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/104-2019-%D0%BF>

Булат Галина Володимирівна
кандидат економічних наук
(м.Хмельницький)

НАПРЯМКИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ПРОФЕСІЇ БУХГАЛТЕРА В УКРАЇНІ

«Особисто я уявляю бухгалтера не як рахівника чи обліковця, а як операційного директора чи консультанта зі збереження й розвитку бізнесу, який використовує фінансову та нефінансову інформацію. Бухгалтер зобов'язаний сидіти за основним столом, де ухвалюються управлінські рішення»

Аполлон Позов,
член Методологічної ради з питань бухгалтерського обліку
при Міністерстві фінансів України, голова
ГО «Всеукраїнський бухгалтерський клуб», кандидат
економічних наук

Однією з найбільш давніх професій є професія бухгалтера. Вона досить престижна на сьогоднішній день як в Україні, так і в цілому світі, оскільки жодне підприємство не може існувати без якісного ведення бухгалтерського обліку. Разом з тим з розвитком світової економіки, розширенням підприємств та виходу на світові ринки постають нові проблеми перед Україною щодо побудови економічно розвиненої незалежної держави та конкурентоспроможності на світовому ринку. Така ситуація потребує здійснити вдосконалення підготовки кваліфікованих працівників,

зокрема, бухгалтерів для різних галузей народного господарства.

Розпочати таку роботу варто з вищого навчального закладу в ході формування майбутнього бухгалтера.

Вища освіта – це не тільки знання. В її основі лежить становлення, розвиток, самовдосконалення студента, майбутнього професіонала, фахівця своєї справи.

Основне завдання вищої професійної освіти – формування людини, здатної застосовувати отримані знання в нових економічних умовах – умовах конкурентної ринкової економіки. І чимала заслуга в цьому викладача, а саме, його особистісних і професійних якостей.

В умовах мінливості соціально-економічного середовища, зростання потоків інформації сучасний викладач повинен бути гнучким. Він повинен показувати варіювання однієї і тієї ж думки в різних аспектах, навчати бачити її об'ємність, неоднозначність. Важливим є відкритість викладача до аудиторії, на що може вказати сміливість студентів обґрунтувати думки з наукової проблематики, особливо, якщо вони йдуть врозріз з думками викладача.

Професійний успіх викладача залежить не лише від володіння ним необхідними знаннями та професійними практичними навичками, але й від здатності постійного самовдосконалення.

Основні вимоги до викладача облікових дисциплін:

- знання предмета;
- знання науки;
- знання методики викладання.

Відповідати поставленим вимогам викладач може, лише постійно підвищуючи свою кваліфікацію за усіма напрямками.

Ознаками сучасного викладача облікових дисциплін, які відіграють достатньо вагому роль у формуванні конкурентоспроможності випускника на ринку праці також є високий науковий та дослідницький рівень (сприяє постійному вдосконаленню, оновленню, поглибленню науково-предметних знань викладачів, що є основою їх професійної діяльності); володіння економіко-математичним апаратом й сучасними програмними продуктами з ведення обліку на підприємстві; знання іноземної мови (можливість ознайомлювати студентів з новітніми зарубіжними науковими джерелами).

Підвищення наукового статусу викладача досягається ним через написання кандидатської чи докторської дисертації, участі у наукових конференціях з питань обліку і аудиту, написання наукових статей.

Кожний викладач повинен відчувати особисту причетність та відповідальність за забезпечення високого рівня освіти у вищому навчальному закладі. А для цього, перш за все, викладач має відчувати себе не просто вчителем, лектором, а наставником, організатором отримання знань студентами, вихователем, який не тільки дає знання, зацікавлює студента, спонукає його самостійно працювати і мислити.

Кожний викладач повинен відчувати особисту причетність та відповідальність за забезпечення високого рівня освіти в університеті. А для цього, перш за все, викладач має відчувати себе не просто вчителем, лектором, а наставником, організатором отримання знань студентами, вихователем, який не тільки дає знання, зацікавлює студента, спонукає його самостійно працювати і мислити.

Список використаних джерел та літератури:

1. Міжнародні стандарти освіти для професійних бухгалтерів / Пер. з англ. за ред. Н. Непийводи. К.: Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України, 2004. 78 с.
2. Зубілевич С. Я. Міжнародні стандарти освіти професійних бухгалтерів: «перезавантаження»:URL:<http://uabs.edu.ua/images/stories/docs/9956/zubilevich.pdf>. (дата звернення : 19.11.2019р.)
3. Чижевська Л. В. Бухгалтерський облік як професійна діяльність: теорія, організація, прогноз розвитку: Монографія. Житомир: ЖДТУ, 2007. 528 с.
4. Кодекс етики професійних бухгалтерів. URL:<http://www.iaf.kiev.ua/library/378-kodeks-etiki.html>. (дата звернення : 19.11.2019р.).

Ваганова Людмила Василівна
кандидат економічних наук, доцент
Оліх Гостислав Леонідович
магістрант
(м. Хмельницький)

ФІНАНСОВИЙ КОМПОНЕНТ МОТИВАЦІЇ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ

Впродовж тривалого часу система оплати праці у вітчизняній охороні здоров'я була чітко регламентована нормативно-правовими актами Кабінету Міністрів та МОЗ України, обов'язковими до виконання у бюджетних закладах охорони здоров'я, і тяжіла до узагальненого підходу в оплаті праці на основі єдиної для всієї України тарифної сітки, урахування рівня кваліфікації працівника.

Тому для частини головних лікарів колишніх бюджетних установ диференціація оплати праці осіб, які формально мають однаковий рівень освіти та кваліфікації (згідно з документами про освіту й підвищення кваліфікації), є досить незвичним явищем. До того ж слід врахувати потенційні ризики суб'єктивної оцінки роботи окремих працівників і, як наслідок, їх невдоволеності рівнем заробітної плати порівняно з колегами. Тому в пригоді можуть стати й окремі підходи до формування та диференціації оплати праці, які використовують у приватних закладах (бонуси, негрошові матеріальні заохочення, розширений соціальний пакет тощо).

Протягом 2017-2019 років, в умовах медичної реформи на рівні держави, розпочався процес реформування закладів

охорони здоров'я в комунальній некомерційній підприємства [1]. При цьому можна виділити три підходи до зміни в системі оплати праці працівників галузі охорони здоров'я: 1) перехідний (до 2019 року); 2) за результатами оптимізації (2020 рік); 3) за результатами роботи (починаючи із 2020 року).

Перехідний період, до 2019 року, пов'язаний із:

1) зміною системи оплати праці під час активної фази підписання декларацій. В першому випадку можливе використання наступних систем оплати праці: 1. Преміювання в залежності від кількості укладених декларацій; 2. Фонд преміювання команд з надання першої медичної допомоги; 3. Змішане стимулювання з урахуванням якісних показників; 4. Плаваючий посадовий оклад; 5. Підхід з депреміювання (бальна);

2) функціональним аналізом діяльності закладу, що пов'язаний із: переглядом організаційної структури закладу; підготовкою пропозицій щодо оптимізації штатного розпису.

Підхід за результатами оптимізації (2020 рік), заснований на розумінні, що оптимізація – раціональне формування доходів та розумне планування витрат при збереженні обсягу та якості надання послуг (табл. 1). Основним документом є новий колективний договір та штатний розпис. Відповідно формування нової організаційної структури за результатами функціонального аналізу діяльності закладу пов'язане безпосередньо із формуванням команди з «правильних» співробітників та відсутність «зайвих» у команді.

3) підхід за результатами роботи (починаючи із 2020 року) повинен враховувати результати роботи закладу та зібрані дані за 2019-2020 р.р. При цьому враховуються: результати оптимізації та дані щодо фактичного надання

послуг; переговори з трудовим колективом; особливості фінансування за програмою медичних гарантій 2020 та зобов'язання за договорами з НСЗУ.

Даний підхід передбачає врахування окладу та нефіксованого розміру премій (в т.ч. разової премії за квартал, % від доходу практики; % від платної медичної послуги; % доходу за договорами з НСЗУ; інше (індивідуально).

Серед пропозицій щодо впровадження нових систем оплати праці можна відмітити наступні:

1) кваліфікаційна система – пов'язана із встановленням елементів оплати праці для лікарів, медичних сестер, адміністративно-управлінським персоналом;

2) система грейдів – встановлення елементів оплати праці для групи посад, які мають однакову “вагу” для роботи закладу.

Таблиця 1. Можливі варіанти впровадження оптимізації

Дохід 2020 < Дохід 2019	% ФОП 2020 = % ФОП 2019	Середня заробітна плата одного працівника залишиться без змін або зменшиться
Дохід 2020 = Дохід 2019	ном. ФОП 2020 = ном. ФОП 2019	Середня заробітна плата одного працівника зросла за рахунок: проведеної оптимізації.
Дохід 2020 > Дохід 2019	% ФОП 2020 = % ФОП 2019	Середня заробітна плата

		одного працівника зросла за рахунок: - проведеної оптимізації; - номінального зростання ФОП.
--	--	--

Система грейдів – це управлінський механізм, що допомагає не тільки оцінити роботу працівника, а й побудувати корпоративну культуру. Працівник прагне підвищити свій грейд і для цього йому потрібно працювати краще. Грейдингова система оплати праці ґрунтується на тому, що роботодавець оплачує результат роботи співробітника. Однак, враховуються не тільки результати праці, а також береться до уваги і кваліфікація робітника, досвід, трудова дисципліна, а іноді навіть поведінка людини та її зовнішній вигляд. Однак, якщо раніше категорія тарифного розряду використовувалася тільки для оплати, то грейд можна використовувати для оцінки ефективності роботи персоналу, для надання пільг та привілеїв, які надаються тим робітникам, чиї посади відносяться до певного грейду [2].

3) система депреміювання. Депреміювання працівників має провадитися тільки за той розрахунковий період, у якому було допущено порушення трудової дисципліни, що оформлюється наказом керівника з обов’язковим зазначенням конкретних обставин, які спричинили депреміювання [3].

4) один з підходів або комбінація підходів.

Список використаних джерел та літератури:

1. Реформа системи охорони здоров'я. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. URL <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/rozvitok-lyudskogo-kapitalu/reforma-sistemi-ohoroni-zdorovya> (дата звернення: 08.04.2020).
2. Беззуб Л.О. Мотивування персоналу за допомогою впровадження системи грейдів. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Uproz/2012_15/u1215bez.pdf (дата звернення 06.11.2019)
3. Консультація Департаменту заробітної плати та умов праці Міністерства соціальної політики України. URL <http://cons.parus.ua/map/doc/09FV26C33E/Pro-depremiyuvannya-pratsivnikiv.html> (дата звернення: 08.04.2020).

Гуменюк Антоніна Федорівна
кандидат економічних наук, доцент
(м. Хмельницький)

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКОВОГО ПРОЦЕСУ ПІДПРИЄМСТВА

Важливою складовою ефективної діяльності підприємства є впорядковане та відповідне його структурі та виду господарювання інформаційне забезпечення. Загальновідомо, що лівова частка інформації на підприємстві формується на основі даних обліку. Тому від того, наскільки правильно організовано ведення бухгалтерського обліку на підприємстві залежить своєчасність та якість інформаційного забезпечення. Раціональна організація бухгалтерського обліку на підприємстві розпочинається з формування його облікової політики.

Дослідження щодо вирішення проблемних питань та різних аспектів організації облікової політики підприємств знайшли відображення в працях українських та зарубіжних вчених. Так, особливої уваги заслуговують праці таких науковців, як: М. В. Кужельного, В. Г. Лінника, Ф. Ф. Бутинця, Л. М. Кіндрацької, М. Т. Білухи, Ю. А. Кузьмінського, Р. А. Алборова, П. С. Безруких, Н. П. Кондракова, Б. С. Кругляка, М. І. Кутера, Е. С. Хендриксена, М. П. Войнаренка. Однак, попри глибокі дослідження, механізм формування та реалізації облікової політики

підприємства залишається актуальним в світлі постійних облікових змін і потребує подальших досліджень.

Метою дослідження є розкриття особливостей формування облікової політики підприємства, дослідження проблем розробки її елементів та окреслення пропозицій щодо ефективної їх реалізації в поточному фінансовому році. Розпорядчий документ про облікову політику - це один з основних документів будь-якого підприємства, що визначають напрям його роботи та розвитку. Правильно сформована облікова політика не тільки визначить порядок ведення бухгалтерського обліку, але й принесе фінансову вигоду. На які ключові моменти варто звернути увагу при виконанні цього завдання є предметом нашого дослідження.

Ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності на кожному підприємстві здійснюється на підставі нормативно-правових документів, що розробляються органами, на які покладено обов'язки регулювання у країні питань обліку і звітності. Це дає змогу вести бухгалтерський облік і складати фінансову звітність за єдиними принципами й формою і таким чином забезпечувати порівнянність облікової інформації. Разом з тим, підприємство, виходячи з конкретних умов господарювання, може вибирати найбільш прийнятні для нього форми ведення обліку [4, 190].

Визначення терміну наведено в ст.1 Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні". Облікова політика – сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності [1]. Подібне визначення наводиться у МСБО 8: облікова політика – конкретні принципи, основи, домовленості, правила та практика, застосовані суб'єктом господарювання при

складанні та поданні фінансової звітності.

Абзац другий частини п'ятої ст. 8 Закону про бухгалтерський облік говорить, що підприємство самостійно визначає свою облікову політику за погодженням її з власником (власниками) або уповноваженим ним органом (посадовою особою) відповідно до установчих документів.

Згідно з п.6 розділу IV НПБО 1 підприємство має висвітлювати обрану облікову політику шляхом опису [3]:

- принципів оцінки статей звітності;
- методів обліку щодо окремих статей звітності.

Розробкою облікової політики здебільшого займається бухгалтерська служба (або бухгалтер). Для визначення окремих показників можуть залучатися інші фахівці підприємства. Зокрема, для визначення методу оцінки вибуття запасів – матеріально відповідальні особи (комірники тощо).

Окремі елементи облікової політики можуть встановлюватися установчими документами, наприклад необхідність складання окремого балансу філіями.

Встановлена підприємством облікова політика застосовується всіма філіями, представництвами, відділеннями та іншими відокремленими підрозділами незалежно від їх місцезнаходження.

Міністерством фінансів розроблені Методичні рекомендації №635, які можуть застосовувати підприємства, організації та інші юридичні особи незалежно від організаційно-правових форм господарювання і форм власності (крім банків, бюджетних установ та підприємств, які відповідно до законодавства застосовують міжнародні стандарти фінансової звітності) [2].

Згідно ст. 4 Закону про бухгалтерський облік, принципом “послідовності” бухгалтерського обліку та

фінансової звітності передбачено постійне (з року в рік) застосування підприємством обраної облікової політики. Тобто згідно із загальним правилом облікова політика є незмінною.

Але бувають випадки, коли не обійтися без зміни облікової політики.

Згідно з пунктом 9 ПСБО 6 облікову політику дозволено змінювати тільки у випадках:

- зміни статутних вимог;
- на вимогу органу, що затверджує положення (стандарту) бухгалтерського обліку;
- якщо зміни забезпечать достовірне відображення подій або операцій у фінансовій звітності підприємства.

Облікова політика застосовується щодо подій та операцій з моменту їх виникнення. Виняток – неможливість визначення достовірної суми коригування нерозподіленого прибутку на початок звітного року. В такому разі облікова політика поширюється лише на події та операції, які відбуваються після дати її зміни.

Є два підходи до змін в обліковій політиці, які в МСБО 8 називаються ретроспективним та перспективним.

Ретроспективне – це застосування нової облікової політики щодо операцій, інших подій та умов так, ніби ця політика застосовувалася завжди. Ретроспективне перерахування вимагає виправлення визначення, оцінки та розкриття інформації про суми елементів фінансової звітності так, ніби помилок у попередньому періоді не було.

Перспективне застосування змін в обліковій політиці – застосування нової облікової політики до операцій (окрім подій та умов), що відбулися після дати її змінювання.

У разі змін в обліковій політиці підприємство у примітках до фінансової звітності розкриває:

- причини та суть зміни;
- суму коригування нерозподіленого прибутку на початок звітного року або обґрунтування неможливості її достовірного визначення;
- факт повторного подання порівнянної інформації у фінансових звітах або недоцільність її перерахунку.

Облікова оцінка – це попередня оцінка, яка використовується підприємством з метою розподілу витрат та доходів між відповідними звітними періодами (згідно п. 3 ПБО 6). Прикладом облікової оцінки може бути метод амортизації необоротних активів, визначення величини вартісної ознаки предметів, що входять до складу малоцінних необоротних матеріальних активів. Об'єкти облікової оцінки та облікової політики іноді дуже схожі, тому розрізнити їх важко. П. 14 ПБО 6 зазначає: якщо неможливо розрізнити зміну облікової політики та зміну облікових оцінок, то це розглядається та відображається як зміна облікових оцінок. Згідно з п. 6 ПБО 6 облікова оцінка може переглядатися, якщо змінюються обставини, на яких ґрунтувалася ця оцінка, або отримано додаткову інформацію.

Наслідки зміни облікових оцінок слід включати до звіту про фінансові результати у тому періоді, в якому відбулася зміна, а також в наступних періодах (якщо зміна впливає на ці періоди) та до тієї самої статті звіту, яка раніше застосовувалася для відображення доходів або витрат, пов'язаних з об'єктом такої оцінки (пункти 7 та 8 ПБО 6). Тобто при зміні оцінки застосовується перспективний підхід без необхідності проведення ретроспективного перерахунку.

Наприклад, підприємство нараховувало амортизацію об'єкта основних засобів виходячи з очікуваного строку корисного використання 8 років, який первісно визначався при зарахуванні на баланс. Однак після двох років

експлуатації, очікування щодо економічних вигід від його використання змінилися. Практика показала, що реальний очікуваний строк корисного використання – лише п'ять років (ще залишилося три роки використання). Зміну облікової оцінки документують наказом. З наступного звітного періоду (з січня наступного року) амортизацію нараховують виходячи з нового строку, який залишився, – трьох років. Нараховану раніше амортизацію не перераховують.

Згідно з п. 21 ПБО 6 якщо зміст і сума змін в облікових оцінках мають суттєвий вплив на поточний період або очікується, що суттєво впливатиме на майбутні періоди, то їх зміст та суму потрібно розкрити в примітках до фінансової звітності.

Пункт 2.20 Методичних рекомендацій №635 містить рекомендації щодо визначення суттєвості [2]. Суттєвою є інформація, відсутність якої може вплинути на рішення користувачів фінансової звітності. Кількісні критерії та якісні ознаки суттєвості інформації про господарські операції, події та статті фінансової звітності визначаються керівництвом підприємства, якщо такі критерії не встановлено положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, іншими нормативно-правовими актами, виходячи з потреб користувачів такої інформації.

Кількісні критерії суттєвості інформації про господарські операції та події встановлюються відповідно до обраної бази. Кількісний критерій доцільно визначити у розмірі 2%, якщо базою обрано чистий прибуток (збиток) підприємства, або 5%, якщо базою обрано валюту балансу. Конкретний розмір кількісного критерію встановлюється керівництвом підприємства (наказом керівника).

Якщо внаслідок зменшення очікуваного строку корисного використання сума нарахованого зносу

збільшиться в наступному році на суму, що перевищує ліміт суттєвості (наприклад 2% чистого прибутку), то можна очікувати, що зміст та сума змін в облікових оцінках суттєво впливатимуть на майбутні періоди. Тому їх зміст та суму потрібно розкрити в примітках до фінансової звітності.

Немає необхідності кожен рік затверджувати наказ про облікову політику. Згідно листу Мінфіну №31-34000-10-5/27793 від 21.12.2005 року, розпорядчий документ про облікову політику може бути прийнято як базисний на час діяльності підприємства, до якого за необхідності вносяться зміни з визначеного часу. У разі внесення змін до облікової політики, що за обсягом охоплюють більшу частину тексту або істотно впливають на її зміст, доцільно наказ про облікову політику повністю викласти в новій редакції. Про це ж йдеться у п. 3.4 Методичних рекомендацій № 635.

Формування облікової політики на підприємстві – трудомісткий і відповідальний процес, оскільки підприємство не один рік працюватиме і враховуватиме свої активи і зобов'язання згідно з розробленою ним обліковою політикою. Це вимагає більш зваженого підходу до її розробки. Однак, на сьогодні дедалі частіше спостерігається вузько спрямований формальний підхід, що зводиться до складання фінансової звітності відповідно до загальних вимог П(С)БО та зовнішніх користувачів. На таку ситуацію впливають як відсутність достатнього практичного досвіду управління в ринкових умовах, так і недостатнє законодавче врегулювання цього питання [5, с. 96].

Серед проблем у сфері законодавчого регулювання облікової політики слід окреслити наступні:

1) відсутність єдиної встановленої законодавством форми наказу про облікову політику, що призводить до неоднозначного тлумачення його розділів. Більшість вчених

вважають, що для кожного підприємства слід виділити три складові частини Наказу про облікову політику: 1) методологічну, що містить положення, які регулюють методологію ведення бухгалтерського обліку; 2) методичну, що повинна складатись із методів ведення бухгалтерського обліку, які описують порядок відображення фінансово-господарських операцій; 3) організаційну, яка описує організацію системи бухгалтерського обліку [5, с. 97].

2) відсутність єдиного нормативного документу стосовно облікової політики підприємства. Так, окремі питання облікової політики регулюються Законом України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні", Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності", Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 6 "Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах", Листом Міністерства фінансів України "Про облікову політику". Тому зважаючи на вище зазначене, доцільним було б затвердження окремого Положення (стандарту) бухгалтерського обліку "Облікова політика підприємств" або доповнити існуючі стандарти розділом, в якому вказати основні пункти, що повинні входити до наказу про облікову політику підприємства.

Вимоги сьогодення вказують на те, що українським підприємствам слід розробляти облікову політику, орієнтовану на максимальне зближення з принциповими положеннями міжнародних стандартів та фінансової звітності. При цьому необхідно враховувати специфіку ведення господарської діяльності підприємства та застосовувати комплексний системний підхід.

Підсумовуючи зазначене, при формуванні облікової політики на підприємстві, можна рекомендувати наступні етапи:

1) Аналіз та облікові оцінки. Для того, щоб облікова політика була ефективною, процесу її формування мають передувати такі етапи аналізу:

- аналіз досягнутого фінансового стану організації;
- аналіз формулювання її основних тактичних цілей;
- аналіз змін у нормативно-законодавчій базі;
- аналіз виявлення основних проблемних питань у бухгалтерському обліку, що пов'язані з неврегульованістю законодавства за окремими питаннями, та розробка шляхів недопущення порушень.

- аналіз загальновизнаних припущень у побудові облікової політики з погляду виявленої сукупності факторів впливу;

- виявлення, аналіз та оцінка факторів впливу на формування облікової політики (у т.ч. організаційно-технологічних особливостей – форма власності та організаційно-правова форма, вид діяльності, обсяги діяльності, система оподаткування, технічне забезпечення, рівень кваліфікації кадрів тощо);

2) Вибір найбільш прийнятних для підприємства елементів облікової політики та облікових оцінок:

- визначення предмету облікової політики для конкретного підприємства відповідно до сукупності об'єктів бухгалтерського обліку (фактів діяльності);

- вибір потенційно придатних для підприємства способів ведення бухгалтерського обліку та безпосередній вибір способів ведення бухгалтерського обліку;

- вибір організації ведення обліку на підприємстві.

3) Затвердження – документальне оформлення облікової політики у вигляді Наказу про облікову політику.

Зі змістом наказу про облікову політику потрібно ознайомити всіх працівників підприємства, які зобов'язані

виконувати його положення. За невиконання зазначених норм розпорядчого документа можливе застосування відповідальності, яка встановлюється внутрішніми правилами підприємства. Крім того, недостовірне відображення подій впливає на показники у фінансовій звітності підприємства, а це означає внесення до неї неправдивих даних, що тягне за собою відповідальність за такі дії.

Таким чином, Облікова політика – це організація діяльності підприємства, яка застосовується із самого початку здійснення його господарських операцій. Облікова політика є важливим інструментом організації бухгалтерського обліку і фінансової звітності. Разом із тим, формування облікової політики – складний процес, що вимагає синтезу організаційних, технічних, кадрових можливостей. Від складових елементів облікової політики підприємства залежить достовірне відображення господарських операцій, а відповідно й інформація у фінансовій звітності. Наказ про облікову політику розробляється на тривалий термін (мінімум на рік), тому ставитися до його розробки потрібно з особливою увагою. Попередньо проведений аналіз можливих варіантів облікової політики дає змогу підприємству ефективно розробити наказ про облікову політику та реалізувати його в своїй діяльності.

Список використаних джерел та літератури:

1. Закон України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні ” [Електронний Ресурс] Ред. від 22.06.2000р. №1829-III /Режим доступу: <http://consultant.parus.ua/?doc=00KX38D8E4>
2. Наказ Міністерства фінансів України "Про затвердження Методичних рекомендацій щодо облікової

політики підприємства та внесення змін до деяких наказів Міністерства фінансів України" [Електронний Ресурс] Ред. від 27.06.2013р. №635 /Режим доступу: http://minfin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article/main?art_id=382876&search_param=%EE%E1%B3%E3&searchPublishing=1

3. Наказ Міністерства фінансів України “Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 “Загальні вимоги до фінансової звітності” [Електронний Ресурс] Ред. від 07.02.2013р. №73 /Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>

4. Бойчук А. А., Бойчук В.О. Актуальні проблеми облікової політики підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum%20/Sre/2010_3/189.pdf

5. Войнаренко М. П. Проблеми формування облікової політики підприємства / Войнаренко М. П., Аксьонова Т. М. // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009 р. - № 4. – С. 96-99.

Гжехулка Олена Василівна

викладач

(м. Хмельницький)

ВПЛИВ ЕКОНОМІКИ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Туризм – це процес пересування людей до різних туристичних пунктів призначення і їх зупинка там з метою задоволення туристичних потреб в розміщенні, харчуванні, розвагах. Подорож передбачає виїзд з країни або регіону постійного проживання і цей рух туристів до різних туристичних пунктів призначення є тимчасовим, туристи повернуться до місць постійного проживання через кілька днів, тижнів або місяців. Мандрівники відвідують туристичні місця з різними цілями, які не передбачають постійне проживання і отримання прибутку

Питанням розвитку світового та вітчизняного ринків туристичних послуг присвячені наукові дослідження і публікації багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких слід виділити праці українських авторів - Л. Гонтаржевської, Ю. Забалдіної, Р. Заблоцької, В. Кифяка, О. Любіцевої, Г. Михайліченко, С. Соколенка, Д. Стеценка, Т. Ткаченко, Н. Чорненько та ін., а також іноземних фахівців І. Балабанова, М.Біржакова, В. Гуляєва, Н.Кабушкіна, В.Квартальнова, Н.Морозової, М.Морозова А. Чудновського Р. Бартон, Д. Боуена, Р. Браймера, Н. Реймерса, Ч. Робінсона, Д. Холловея та ін.

Мета статті – охарактеризувати теоретичне дослідження впливу економіки на туризм в Україні.

Сучасна індустрія туризму - одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства, що можна розглядати і як самостійний вид економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс.

На сьогоднішній день туризм став явищем, що увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети. Більше того, на початку XXI ст. туризм за обсягами доходу справедливо посів третє місце серед провідних галузей світової економіки. За результатами 2005 року, туристична галузь утворила 12 % світового внутрішнього продукту і поглинула більше 14 % витрат споживачів. В багатьох країнах і регіонах туризм є основним джерелом прибутків. Надходження з туристичних подорожей у світовому масштабі становлять понад 500 млрд. дол. США щорічно. Найбільші прибутки отримують країни Західної Європи та США [2, 34 с.].

До економічних функцій туризму, в першу чергу відносяться економічні вигоди, які він надає. Так, туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури - готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо. Він зумовлює збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників спричинює збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет). Крім цього, як зазначалося вище, туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти і різного роду інвестицій. Не менш важливою економічною функцією туризму являється диверсифікації економіки, утворюючи галузі, що обслуговують індустрію туризму, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації.

Також вплив туризму на економічний розвиток виявляється у підвищенні ділової активності та розширенні виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів. З економічної точки зору привабливість туризму як галузі, що надає послуги, полягає у більш швидкій окупності вкладених коштів та отриманні доходу у вільно конвертованій валюті. У багатьох країнах туризм входить у першу трійку провідних галузей держави, розвивається швидкими темпами і відіграє важливе соціальне та економічне значення, оскільки він:

1. збільшує місцеві доходи;
2. створює нові робочі місця;
3. розвиває всі галузі, пов'язані з виробництвом туристичних послуг;
4. розвиває соціальну та виробничу інфраструктури у туристичних центрах;
5. активізує діяльність народних промислів і розвиток культури та сприяє їм;
6. забезпечує зростання рівня життя місцевого населення;
7. збільшує валютні надходження.

Але позитивний вплив туризму на економіку держави відбувається тільки у тому випадку, якщо він розвивається всебічно тобто не перетворює економіку країни в економіку послуг. Іншими словами, економічна ефективність туризму передбачає, що він в державі повинен розвиватися паралельно і у взаємозв'язку з іншими галузями соціально-економічного комплексу [4, 109 с.]

Туристична галузь з кожним роком займає все більш вагоме місце в світовому господарстві. На 2005 р. в туризмі зайнято 8 % працеспроможного населення (260 млн. чол.,

тобто кожний 10-й працюючий), вклад в світовий ВВП 3,3 трлн. дол. США (вище 11 %), 630 млрд. дол. США інвестицій, або 9 % всіх інвестицій в загальний капітал. За останні п'ятнадцять років галузь туризму сформувалась та отримала визнання як одна з найбільших у світі сфер діяльності по наданню послуг.

Згідно з прогнозами експертів Всесвітньої туристичної організації (ВТО), на початку XXI ст. обсяги міжнародного туризму зростатимуть щороку в середньому на 4 %. Очікується зростання туристичного руху у світі з 700 млн. туристів щорічно до 937 млн. у 2010 році, за рахунок чого передбачається збільшення доходів до 1100 млрд. доларів США. Якщо ж до результатів міжнародного туризму додати ще й обсяги внутрішнього туризму, то показники зростуть принаймні вдвічі.

Туризм відіграє важливу роль у створенні робочих місць, і, за прогнозами, впродовж наступних п'яти років у світі створюватиметься 2500 нових робочих місць щодня. Охоплюючи багато секторів економіки, майже неможливим стає визначення точної оцінки кількості працівників, зайнятих у сфері туризму. Крім того, вирішення проблеми реальної оцінки ускладнюється ще й специфічним характером праці (сезонність, робота за сумісництвом, тимчасова робота тощо). І все ж кількість зайнятих у туристичній сфері постійно зростає. Це одна з не багатьох галузей економіки, де залучення нових технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу.

Це має важливе значення, оскільки, поглинаючи більше робочої сили, туризм зменшує соціальну напругу в суспільстві. Крім того, світовий досвід показує, що індустрію туризму можна розвивати і в період економічних криз, що має важливе значення для країн Східної Європи. Витрати на

створення одного робочого місця тут в 20 разів менші, ніж у промисловості, а оборотність інвестиційного капіталу в 4 рази вища, ніж в інших галузях господарства. Прикладом можуть бути такі країни, як Аргентина, Бразилія, Мексика, Єгипет, Туніс, Перу та інші.

В багатьох країнах світу туризм є однією з найбільш пріоритетних галузей, внесок у валовий національний дохід яких складає 20-45%, а надходження від іноземного туризму є основним джерелом отримання валюти. Отже галузь туризму не тільки приносить значну частину прибутку до бюджету туристично-розвинутих держав, а й є надзвичайно перспективною і безсумнівно може стати одним з головних джерел надходжень до держбюджету інших країн [3, 99 с.].

Україна має всі передумови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, однак суттєво програє в конкурентній боротьбі, відстаючи від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг. За складовими індексу туристичної конкурентоспроможності у 2017 р. Україна увійшла до десятки країн з най- нижчим рівнем безпеки, посідаючи 127 місце, за сприятливим бізнес-середовищем – 124, за рейтингом культурних багатств – 51, в плані здоров'я та гігієни не все так погано, адже вона входить у першу десятку країн, посідаючи 8 місце, за ціновою конкурентоспроможністю – 45 місце, за показниками розвитку туристичного сервісу – 71, за рівнем міжнародної відкритості – 78, за інфраструктурою повітряного транспорту – 79, за 135 за націленістю на туризм – 90, за природними ресурсами – 115, за людськими ресурсами і ринком праці – 41, за готовністю ІКТ – 81, за культурними ресурсами і діловими поїздками – 51, за показниками екологічної стабільності – 97 місце. Відповідно до загального

індексу туристичної конкурентоспроможності Україна в рейтингу 136 країн посідає 88 місце.

Однак з 2016 р. до країни в'їхали 13,33 млн. іноземних громадян, що на 7,3% більше, ніж у 2015 р. (12,4 млн. осіб). Така позитивна тенденція дає можливість говорити про поступове зростання довіри іноземців до нашої країни. Кількість туристів, яких обслуговують суб'єкти туристичної діяльності, у 2016 р. склала 2,550 млн. осіб, що на 26,2% більше, ніж у 2015 р., хоча розрив для досягнення рівня обслуговування туристів у 2013 р. є досить великим (904,7 тис. осіб).

У структурі туристів, яких обслуговували суб'єкти туристичної діяльності, зросла частка громадян України, які виїжджали закордон, з 65,2% у 2012 р. до 80,8% у 2016 р., а частка внутрішніх туристів зменшилась з 25,8% до 17,8%. Негативна тенденція спостерігається серед іноземних туристів, які відвідали Україну: їхня частка зменшилась майже у 6 разів, тобто з 9% у 2012 р. до 1,4% у 2016 р.

Основними перешкодами, які вплинули на стрімке зменшення іноземних туристів, є військовий конфлікт у Донецькій та Луганській областях, втрата туристичних територій Криму, нестабільність у політичному й економічному середовищі країни.

Визначення можливостей і перешкод для розвитку туристичної галузі дає змогу сконцентрувати увагу держави на розвитку туристичної інфраструктури, ремонті доріг, гарантії безпеки туристів, підвищенні рівня життя населення та забезпеченні доступу до інформаційних сервісів в туризмі.

Подолання негативних тенденцій на ринку туристичних послуг можливо шляхом його стратегічного розвитку за рахунок становлення туризму як високоприбуткової галузі економіки та формування

конкурентоспроможного туристичного продукту на світовому ринку.

Відповідно до реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг в Україні передбачено досягнення таких показників [5, 89 с.]:

1) збільшення витрат туристів під час подорожей до 80 млрд. гривень у 2026 р;

2) збільшення обсягу капітальних інвестицій у сферу туризму та курортів до 6,6 млрд. гривень у 2026 р.;

3) створення національної туристичної організації та відповідних регіональних туристичних організацій;

4) функціонування Єдиної туристичної інформаційної системи, що містить інформацію про всі туристичні та рекреаційні ресурси країни, придатні для використання в туризмі, зокрема об'єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду;

5) впровадження рекомендованої Всесвітньою туристичною організацією ООН (ЮНВТО) системи сателітного рахунку;

6) заснування десяти туристичних представництв закордоном;

7) лібералізація візового режиму з десятьма країнами світу, що є цільовими туристичними ринками для України.

Туристичний ринок України має перспективи розвитку за рахунок ресурсного та культурно-історичного потенціалу, оптимальної цінової політики та рівня освіти і культури населення.

Економічний ефект від реалізації стратегічних цілей розвитку туристичного ринку буде виражатись у збільшенні надходжень до бюджетів усіх рівнів від туристичної діяльності, збільшенні туристичних потоків, особливо іноземних громадян, залученні іноземних інвестицій у

розвиток туристичної інфраструктури, створенні нових робочих місць, підвищенні обсягу наданих туристичних послуг та їх якості. Тому створення системних та комплексних передумов для розвитку туристичного ринку в державі має стати одним з пріоритетних напрямів прискорення економічного зростання країни.

Саме забезпечення стратегічної пріоритетності розвитку туристичного ринку сприятиме зростанню конкурентоспроможності туристичного бізнесу в країні.

Список використаних джерел та літератури:

1. . Папирян Г. А. Международные экономические отношения: Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 2000.
2. Борушак М. А. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: монографія / М.А. Борушак. – Львів : ІРД НАН України, 2006. – 288 с.
3. Квартальнов В.А. Туризм: Підручник. - М.: Фінанси і статистика, 2002. - 320 с.
4. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг [Текст] : навч. посібник / Ольга Олександрівна Любіцева. – 2-е вид., перероб. та доп. – К. : Альтерпрес, 2003. – 436 с

Коцюк Володимир Дмитрович

кандидат історичних наук

(м.Хмельницький)

Коцюк Наталія Володимирівна

старший викладач

(м.Хмельницький)

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ В ПРОЦЕСІ СПОЖИВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В ТУРИСТИЧНІЙ АГЕНЦІЇ «НІКА-ТУР-ВОЯЖ»

Туристську діяльність можна розглядати як діяльність туроператорів і туристичних агентів по формуванню продукту, а саме – туристського продукту, з одного боку, і дії туристів, які споживають туристичних продукт – з іншого. Туристський продукт – основа туристичного пропозиції і туру.

Туристський продукт як товар характеризується споживчої вартістю, тобто корисністю або здатністю задовольняти певні потреби людей в дозвілля та відпочинок. Корисність туристського продукту визначається його цінністю для споживача. Через це туроператори прагнуть до створення такого туристичного продукту, який був би цінний для максимально великої кількості людей, тобто по можливості він повинен мати масового споживача. Тоді можна використовувати і індустріальні технології для виробництва туристського продукту. Як правило через такий підхід, даний продукт виходить широко спрямований і включає в себе тільки базові туристичні послуги, такі як

проживання та транспортне перевезення. Цей підхід не виправдовує себе останнім часом, внаслідок спрощення подорожей і на даний момент на туристичному ринку спостерігається тенденція до популізації індивідуального підходу і формування більш вузько направленого туристичного продукту, в який можуть входити туристично-екскурсійна програма, харчування, послуги гіда, алкоголь, створення фотозвіту з поїздки і т.д. У обох підходів є ряд своїх переваг, недоліків і особливостей.

Проблемами національної туристичної індустрії, класифікації туристських продуктів як об'єктів управління, організацією процесу обслуговування туристів в процесі споживання туристичного продукту присвячені праці таких вітчизняних і зарубіжних вчених і практиків, як Любіцева О. О, Мальська М. П., Балабанов І. Т., Гаврилюк С. П., Дубенюк Я. А., Кіптенко В. К. та ін.

Мета публікації полягає у вивченні та дослідженні питання обслуговування туристів при споживанні туристичного продукту на туристичному підприємстві «Ніка-Тур-Вояж».

Туризм належить до сфери діяльності, яка є однією з найбільш швидко і перспективних сфер економіки. Ця діяльність простягається від готелів і транспорту до фінансування і посередництва самого різного роду. У методичному плані дуже важливо розмежовувати поняття туристичного продукту та туристичних послуг.

Туристський продукт – це товар у вигляді визначеного набору туристських послуг, що володіють корисністю. Туристичним продуктом в широкому розумінні цього слова може виступати будь-який вид туристичних послуг [8, с. 34].

Туристичні послуги – це виробнича діяльність підприємств туріндустрії, яка задовольнить потреби клієнтів і не має, як правило, матеріально-речової форми [5, с. 40].

Важлива відмінність між туристичним продуктом і туристської послугою полягає в тому, що туристична послуга може бути використана тільки в місці її створення, а туристський продукт може бути придбаний і за місцем проживання, але використаний тільки в місці створення туристських послуг. Іншими словами, купуючи туристську путівку, споживач купує товар, а не туристичні послуги. Інакше кажучи, заплативши гроші, він набуває лише можливість отримання певних послуг. Ринок послуг не схожий на ринок товарів з наступних причин [6, с. 123-124]:

1. Послуга не існує до моменту її надання. Це робить скрутним оцінку і порівняння послуг поки вони не надані. Порівнювати між собою можна тільки очікувану і отриману користь (вигоди).

2. Послуг властива значна ступінь невизначеності виконання на момент укладення договору про надання послуг, що часто ставить клієнта в скрутне становище, а реалізаторам послуг заважає просуванню послуг на ринку.

Всі ці моменти, що стосуються ринку послуг, а також специфічна для послуг нематеріальність, мінливість якості і збіг процесу виробництва і споживання послуг визначають особливості їх маркетингу.

Однією з головних завдань сфери туризму є вдосконалення сервісу, тобто підвищення культури обслуговування туристів. Висока культура обслуговування допомагає персоналу вирішувати проблеми туриста, а значить сприяти розвитку і процвітанню всієї фірми. Отже, необхідно постійно піклуватися про туристів, тому що турист – це не той, хто заважає роботі персоналу, а він – головна

причина, по якій трудиться весь персонал. Обслуговування туристів не повинно виглядати як послугу. Навпаки, це туристи надають люб'язність, даючи можливість кожному співробітнику проявити себе і заробити [1, с. 113-114].

Комплексний характер туристичного обслуговування зобов'язує вироблення єдиного показника якості роботи турагента і туроператора. Існують декілька підходів до визначення якості обслуговування. Так, споживчий підхід до визначення якості концентрується на поглибленні поняття «якість обслуговування туристів».

Туристичне обслуговування як продукт характеризується не тільки комплексністю, але і такими специфічними особливостями, як нематеріальність, невідчутність, незбереженість, нерозривність виробництва і споживання, мінливість якості, а також сильною залежністю від конкретного виконавця. На відміну від товару, туристичне обслуговування споживають такої якості, яким воно вироблено. На це якість впливає маса прямих і непрямих факторів, таких як, матеріальна база, ресурси, технології, інфраструктура та інші [4, с. 178].

В оцінці споживачами якості туристського продукту важливими є і такі його властивості, як надійність, безпека, інформаційна достовірність, психологічний комфорт.

на прикладі туристичного підприємства «Ніка-Тур-Вояж» розглянемо як надаються туристичні послуги туристам та екскурсантам.

Програма обслуговування в туристичній підприємства «Ніка-Тур-Вояж» є якісною і привабливою для туристів. Поняття якості програми обслуговування означає комплекс послуг і заходів, які мають властивостями задовольняти потреби і бажання туристів на відпочинку і в подорожах.

На якість обслуговування впливає асортимент пропонованих послуг. Необхідні комплексність послуг і товарів, їх спрямованість на конкретного споживача, а також своєчасність їх надання, що має великий вплив на якість обслуговування [9, с. 50].

Є декілька принципів обслуговування туристів на підприємстві «Ніка-Тур-Вояж»:

Перший принцип – принцип оптимального обслуговування. Споживач має відчувати що всі послуги надаються йому на високому рівні, без поділу у вищу і нищу категорії.

Другий принцип – принцип поваги до туриста. Споживач має бачити шанобливе ставлення до його бажань, уподобань, захоплень.

Третій принцип – принцип індивідуального підходу до кожного клієнта. До кожного клієнта має бути свій індивідуальний підхід по скільки , є різні верстви населення, з різними потребами, тому представники агенції мають розуміти добре людську психологію, щоб враховувати потреби та смаки споживача.

Четвертий принцип – принцип звільнення. Клієнт звільнений від будь-яких неприємних моментів [2].

П'ятий принцип – принцип активності. Завжди має бути проявлена ініціатива при обслуговуванні, це може бути люб'язність, або зробити для туриста те що він не очікує, наприклад подарувати якийсь сувенір, чи зробити якийсь сюрприз, чи провести якусь цікавинку (в залежності від групи яка обслуговується).

Шостий принцип – принцип свободи від тенденцій. поживач повинен відчувати, що обслуговування – не мета, а бажання задовольнити його потреби [3].

Сьомий принцип – принцип прозорого обслуговування. Клієнт повинен заздалегідь знати перелік послуг, підібраних для нього.

Восьмий принцип – коректності обслуговування та продажу. Клієнт повинен бути впевнений, що, купивши тур, він зробив правильний вибір.

Дев'ятий принцип – принцип наявності безкоштовної інформації про наявні тури та послуги. Цей принцип є дуже привабливим для клієнтів, тому що вони можуть оглянути весь спектр турів та послуг і обрати для себе найбільш оптимальніший. І навіть для самих вибагливих клієнтів знайдеться вихід, якщо серед існуючих турів та програм їм нічого не сподобається, ми зможемо, зробити, підібрати такий тур такі умови, що підійде по смаку клієнту [12, с. 36-37].

Всі ці принципи побудовані з урахуванням психології сучасної людини. Гарне обслуговування покликане задовольнити його потреби.

“Ніка-Тур-Вояж” йде в ногу з часом, пропонуючи своїм клієнтам різноманітний і якісний турпродукт і високі стандарти обслуговування. У числі наших новинок – індивідуальних програм, від пляжного відпочинку до самих екзотичних варіантів. “Ніка-Тур-Вояж” пропонує також різноманітні варіанти сімейного відпочинку. У базі даних турфірми безліч напрямків і курортів, конкретних готелів, вілл, апартаментів, пансіонатів, де можна чудово відпочити з дітьми. Менеджери компанії завжди готові професійно проконсультувати клієнтів про плюси і мінуси пропонованого варіанту, будь то сімейний відпочинок за кордоном або в Україні. Крім того, завжди можлива розробка індивідуального туру будь-якої тривалості, що особливо цікаво для батьків, які подорожують із зовсім маленькими

дітьми. Для тих, хто бажає відпочити престижно і комфортно, компанія пропонує елітні тури на кращі курорти світу. VIP-відпочинок – це практично необмежений вибір варіантів, включаючи чудовий номер у фешенебельному готелі, оренду вілли, замку або розкішної яхти і ще багато іншого.

Туристичне підприємство «Ніка-Тур-Вояж» у відповідності з придбаними турами надає обслуговування за такими класами : “V.I.P”, люкс-апартамент, люкс по першому класу, по туристичному класу, по шкільному і кемпінгу [10].

Туристичне підприємство «Ніка-Тур-Вояж» займається такими видами туризму як:

- індивідуальним туризмом;
- груповим туризмом;
- маршрутами вихідного дня;
- екскурсійним обслуговуванням.

Індивідуальний туризм – специфічний вид громадської туристичної діяльності, здійснюваний на добровільній основі.

Груповий туризм – групова поїздка декількох чоловік по єдиному маршруту і на однакових для всіх умовах.

Маршрути вихідного дня – маршрути обмежені приміською зоною тривалістю 2-3 дні з відвідуванням об’єктів в межах цієї зони.

Екскурсійне обслуговування – діяльність по організації ознайомлення мандрівників з туристичними ресурсами в країні (місці) тимчасового перебування, яка не передбачає надання послуг розміщення (ночівлі) [13, с. 395].

В туристичному підприємстві «Ніка-Тур-Вояж» переважають наступні види туризму по цілям: екскурсійно-пізнавальні, рекреаційні (літній відпочинок на узбережжі Чорного моря), освітньо-навчальні (пов’язані з вивченням культури, історії України в цілому і Хмельниччини зокрема), комерційні та інші.

Крім організації внутрішніх турів, «Ніка-Тур-Вояж» активно працює в сфері прийому іноземних громадян, надаючи повний комплекс туристичних послуг. Фірма здійснює обслуговування, як туристичних груп, так й індивідуальних туристів, іноземних громадян, що прибувають в Україну, як з діловими, так і із приватними цілями.

Під час купівлі послуг фірми «Ніка-Тур-Вояж» оформлюється туристська путівка – це документ строгої звітності підтверджує оплату передбаченого програмою обслуговування послуг і є основою для отримання цих послуг туристом чи групою туристів.

В результаті аналізу туристичного підприємства «Ніка-Тур-Вояж» були виявлені сильні і слабкі сторони організації, на підставі яких зроблено висновки про стан діяльності підприємства, в тому числі і про якість послуг, що надаються, що дозволило розробити рекомендації для поліпшення ефективності діяльності в цілому .

Сильними сторонами туристичного підприємства «Ніка-Тур-Вояж» є:

- 1) досвідчений управлінський персонал і профільне освіти співробітників;
- 2) гнучка організаційна структура; творчий підхід до роботи.

Слабкими сторонами туристичного підприємства «Ніка-Тур-Вояж» є:

- 1) велика кількість конкурентів;
- 2) невелика чисельність персоналу;
- 3) великий обсяг різних обов'язків для кожного співробітника;
- 4) можливість зниження реалізованих послуг;
- 5) відсутність контролю за якістю надання послуг.

Для того, що б підприємству уникнути цих проблем ми пропонуємо провести деякі заходи [11, с. 273]:

1) Однією зі слабких стороною є велика кількість конкурентів. Однак цю слабку сторону неможливо перетворити в сильну, мінімізувати її вплив або приховати – занадто велике число конкурентів, з яких багато хто є дуже сильними. Однак можна використовувати переваги конкурентів в своїх цілях, для цього потрібно добре вивчити конкурентне середовище, тактику і стратегію різних підприємств.

2) Деякі загрози можна нейтралізувати, наприклад, невелика кількість персоналу. Для цього необхідно розробити ряд заходів щодо поліпшення фінансового стану підприємства, шляхом збільшити кількість демісезонних послуг. Після цього можна розширити штат персоналу, прийнявши на роботу фахівця маркетингової служби, менеджерів по роботі з клієнтами, спеціаліст з договорами з транспортними підприємствами, готельними комплексами і гідами-інструкторами.

3) Провести рекламну компанію по залученню туристів. Для цього потрібно розробити рекламну компанію з урахуванням періодів її проведення, так само необхідно збільшити бюджет на маркетингову діяльність.

4) Для того, що б збільшити число туристів, необхідно укласти договори з турагентами Хмельниччини та інших територій.

5) Розробити ефективну систему мотивації персоналу, спрямовану на підвищення продуктивності праці. Для цього потрібно ввести відрядно-преміальну систему оплати праці, в результаті чого планується збільшення наданих послуг за допомогою своєчасного і якісного обслуговування.

6) Вихід на новий сегмент ринку. Найбільш пріоритетним можливістю є вихід на новий сегмент ринку, зокрема – розробка нових, істотно відрізняються від конкурентів послуг. У розвитку даної можливості дуже допоможе профільну освіту персоналу, а так само підвищена вмотивованість співробітників.

7) Однією з важливих проблем, є підвищення якості та контроль за якістю надання послуг туристичного підприємства «Ніка-Тур-Вояж» .

Підвищення якості послуг допоможе підприємству залучати більшу кількість туристів і напрацювати велику клієнтську базу [7, с. 300].

Висновки. Охарактеризувавши ефективність процесу обслуговування туристів в процесі споживання туристичного продукту туристичного підприємства «Ніка-Тур-Вояж». Дійшли висновку, що попит на туристичні послуги буде зазнавати деяких змін, що пов'язано з появою нового типу споживача на ринку туризму. Турист майбутнього високо інформований і освічений, він дуже вимогливий і вибагливий, мобільний і індивідуальний, він прагне жити повним життям і отримати від цього життя масу всіляких вражень, він розпечений достатком пропонованих йому товарів і послуг, він непостійний і жадає різноманітності, задоволень і розваг. Проаналізували результати дослідження якості послуг, що надаються туристичним підприємством «Ніка-Тур-Вояж». Таким чином, при аналізі стану якості надання екскурсійних послуг туристичного підприємства «Ніка-Тур-Вояж», нами було виявлено істотний недолік: слабкий контроль якості послуг. Підводячи підсумок, можна сказати, що туристичне підприємство «Ніка-Тур-Вояж» має перспективи для розвитку, але за умови того, що всі виявлені недоліки будуть усунені.

Список використаних джерел та літератури:

1. Власова Н.М. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі. / Н.М. Власова, В.В. Смирнова, Н.Ю.Семіненко // *Культура народів Причорномор'я*. – 2009. – № 176. – С. 113 -114.
2. Волинець Т.Г. Анализ влияния привлекательности туристического продукта на структуру и объем отечественного туристического рынка / Т.Г. Волинець // *Формування сталого розвитку економіки: колективна монографія: [колективна монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. М.В.Шарко]*. – Херсон: ПП Вишемирський В.С., 2014. – С.100 -112.
3. Волинець Т.Г. Детермінанти формування бізнес-середовища для забезпечення привабливості туристичних проєктів / Г.Г.Савіна, Т.Г.Волинець // *Таврійський науковий вісник*. – 2015. – №2. – С.318-323.
4. Герасименко В.Г. Методика аналізу якості обслуговування споживачів на туристичному підприємстві / В.Г. Герасименко, Г.К. Бедрадіна // *Економіка Крима*. – 2014. – № 1(30). – 2010. – С. 178-183.
5. Заболоцька Р.О. Світовий ринок послуг / Р.О. Заболоцька. – К.: Знання України, 2004. – 280с.
6. Качмарек Я. Туристический продукт. Замысел. Организация. Управление / Я.Качмарек, А.Стасяк, Б.Володарчек. – пер.с польского. – М.: ЮНИТИ –ДАНА, 2008. – 495с.
7. Короленко Ю.Н. Конкурентная стратегия туристического предприятия в условиях трансформатизации общества / Ю.Н. Короленко, А.А. Жигулин, Н.А. Жигулина //

Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. – 2012. – №16. – С. 295-305.

8. Мальська М. П. Основи туристичного бізнесу :навч. посібн. /М. П. Мальська, В. В. Худо, В. І. Цибух. – К. :Центрнавч Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу :навч. посібн. /Л. П. Дядечко. – К. :Центрнавч. літ-ри, 2009. – 224с.

9. Мозолук В. О. Системне управління якістю. — Миколаїв: Видавництво НУК, 2012. — 102 с.

10. Сайт туристичного підприємства «Ніка-Тур-Вояж» [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://nika-tour.net.ua/uk/c/>

11. Сиченко В. Г., Ткаченко О. П. Управління якістю продукції : Монографія / За заг. редакцією Сиченка В.Г. — К.: Віче, 2014. — 576 с.

Рижа Тетяна Володимирівна
кандидат економічних наук
(м. Хмельницький)

ЕНЕРГЕТИЧНИЙ АУДИТ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Проблеми неефективного використання енергоресурсів мають місце в усіх секторах економіки і, в першу чергу, у трьох складових тепло забезпечення : у виробництві, транспортуванні та споживанні енергії. Це призводить до підвищених витрат енергоресурсів, які в структурі собівартості витрат на виробництво товарів та послуг неминуче призводять до зниження видатків на оплату праці і соціальних виплат, зменшення обсягів власних обігових коштів, ускладнення інвестування в модернізацію виробничих фондів і технологій, низки інших негативних факторів.

Підвищення цін на енергоносії зумовлює необхідність визначення заходів для енергозбереження, оцінку технічних і економічних можливостей щодо вдосконалення виробництва. Нагальною є потреба підвищення ефективності діяльності підприємства шляхом зменшення споживання енергетичних ресурсів суб'єктами господарювання за рахунок підвищення ефективності використання енергії та раціонального енергоспоживання.

В сучасних умовах господарювання посилюється потреба в інформаційно-обчислювальній діяльності, аналізі стану ринку енергоресурсів та специфіки вирішення питань

про можливість та умови напрямків енергозбереження підприємства.

Дослідження у сфері інновацій в енергозбереженні підприємства є достатньо новими. Останнім часом міжнародний досвід все більше засвідчує тенденцію підвищення ролі інновацій в енергозбереженні підприємства, важливість і необхідність використання яких усвідомлюється в більшості постіндустріальних країн світу. В Україні проходить процес реалізації системи енергетичного менеджменту, формується тверда переконаність щодо необхідності контролю і управління енергоспоживанням на підприємствах.

Виділяють 5 основних принципів управління енерговикористанням промислових підприємств [1, с.62-63]:

- принцип оптимізації (управління підвищує ефективність керованої системи);

- принцип модернізації (може відбуватися переважно як перебудова управління, соціальної і технічної організації праці, введення нових технологій управління, застосування нових методів і форм енергозбереження);

- принцип енергетичності витрат (сукупні заходи щодо зменшення витрат ресурсів, які необхідні для реалізації технологічного процесу із заданими якісними та кількісними показниками);

- принцип мотивації (матеріальне та моральне стимулювання, заохочення);

- принцип підвищення інформованості (постійне удосконалення та швидка зміна у процесі «збір – накопичення (систематизація) – обробка – реалізація (надання) – кінцеве споживання»).

Кожне підприємство, установа зіштовхується з необхідністю проведення аудиторських операцій у

здійснюваній ним сфері господарювання. Найбільш ефективним інструментом, за допомогою якого підприємства можуть проводити пошук шляхи зниження енергоємності, є енергетичний аудит [2, с.36-37].

Енергетичний аудит (енергоаудит) - це відкрите проведення обстеження і контролю підприємств, установ, організацій регіону, з їх ініціативи з метою визначення реальних і потенційних можливостей економії енергоресурсів і пошуку шляхів надання допомоги суб'єктам господарювання для підвищення ефективності енергоменеджменту.

Предметом енергоаудиту слугує аналіз споживання будь-яких видів палива з подальшою розробкою рекомендацій з ефективного використання енергоресурсів [1, с. 60].

Об'єктами енергоаудиту є різні підприємства, енергетичні установи і системи, які виробляють, перетворюють, передають або споживають будь-які види енергії, а також будівлі та споруди, агрегати тощо.

Метою проведення робіт з енергоаудиту є [3, с. 19-20]:

- 1) оцінка фактичного стану енерговикористання;
- 2) виявлення причин виникнення і визначення значень втрат паливно-енергетичних ресурсів;
- 3) розробка плану заходів, спрямованих на зниження втрат паливно-енергетичних ресурсів.

На сьогодні практично усі, хто тим чи іншим чином пов'язані з енергоменеджментом, наштовхнулись у своїй роботі на одну проблему, що перешкоджає активному впровадженню енергозберігаючих заходів. Ця проблема полягає у відсутності, на сьогодні, чітко закріплених на законодавчому рівні економічних механізмів

енергозбереження (матеріального зацікавлення) у реалізації енергозберігаючих заходів.

До основних задач енергоаудиту входять такі заходи:

- обстеження технологічних систем і устаткування з одержанням необхідної інформації про об'єкт енергоаудиту;
- попереднє дослідження отриманих даних за потоками енергії у окремих частинах і в цілому за об'єктом;
- докладний аналіз використання усіх видів енергії на об'єкті;
- проведення додаткового енергоаудиту спеціального обладнання, окремих технологічних процесів та енергоспоживачів;
- розробка основних засобів щодо енергозбереження та енергоменеджменту з підбиттям підсумків енергоаудиту.

Результатами проведення енергоаудиту є [4, с. 121]:

- 1) технічний звіт про проведене енергетичне обстеження;
- 2) рекомендації щодо підвищення ефективності використання ПЕР і зниження витрат на енергозабезпечення;
- 3) енергетичний паспорт.

Практика показує, що методологія проведення енергоаудиту істотно залежить від обсягу і якості необхідної інформації, що прагне одержати і за яку готовий платити клієнт. Найбільш повним та якісним є комплексний енергоаудит, який передбачає [6, с. 512]:

- обстеження із застосуванням сучасної апаратури та високоточних приладів;
- визначення та ідентифікація всіх напрямків витрат різних видів енергії;
- докладний аналіз результатів та розробка конкретних рекомендацій до підвищення енергоефективності підприємства, його технологічних систем.

Енергетичний аудит дозволяє знайти правильний шлях економії енергоресурсів, виявити першочергові, маловитратні заходи і розробити перспективу енергозбереження підприємства в цілому, з урахуванням плану розвитку виробництва.

Проведення енергоаудиту включає в себе низку видів робіт. Зобразимо їх у таблиці 1.

Таблиця 1

Види та склад робіт енергоаудиту

Вид робіт	Склад робіт
Енергоаудит підприємства	Енергетичне обстеження об'єктів інженерної інфраструктури підприємства: енергоджерел, енергоспоживачів, інженерних мереж. Складання енергобалансу підприємства. Визначення енерговитрат. Оформлення енергетичного паспорта. Розробка програми енергозбереження.
Енергоаудит котельні	Енергетичне обстеження об'єктів інженерної інфраструктури котельні. Визначення технічного стану та ефективності роботи обладнання. Визначення енерговитрат. Оформлення енергетичного паспорта. Розробка програми енергозбереження.
Енергоаудит теплових мереж	Енергетичне обстеження теплових мереж. Складання схем теплопостачання. Оцінка стану теплових мереж. Визначення теплових навантажень і витрат теплоносія. Розрахунок дросельних пристроїв, гідравлічних режимів і температурних графіків. Оформлення технічного паспорта. Розробка програми енергозбереження.
Енергоаудит електричних мереж	Енергетичне обстеження електричних мереж. Складання схем електропостачання. Оцінка стану електричних мереж. Розрахунок і аналіз втрат електроенергії. Оформлення технічного паспорта. Розробка програми енергозбереження.
Енергоаудит будівель і об'єктів	Визначення стану огорожувальних конструкцій, енергоспоживаючих установок, інженерних мереж. Розробка енергетичного паспорта. Розробка програми енергозбереження.
Енергетичний паспорт організації	Розробка енергетичного паспорта. Узгодження паспорта.

Джерело: [7, с. 53].

Дані таблиці свідчать, що суть енергетичного аудиту полягає у тому, щоб допомогти підприємствам та організаціям максимально ефективно використовувати паливно-енергетичні ресурси, детально проаналізувати, яким чином використовуються паливно-енергетичні ресурси на підприємстві, оцінити можливість проведення заходів з енергозбереження та поліпшення ефективності використання енергоресурсів, проаналізувати економічний ефект впровадження цих заходів та ефект зменшення впливу на навколишнє середовище і в результаті – надати практичні рекомендації по впровадженню заходів з енергозбереження з їх техніко–економічним обґрунтуванням.

Список використаних джерел та літератури:

1. Добуш Ю.Д. Система обліку та моніторингу електроенергії / Ю.Д. Добуш // Енергозбереження Поділля. – 2013. - № 1. – С. 62-63.
2. Бабець Ю.М. Перспективи надійного та ефективного забезпечення паливно-енергетичними ресурсами / Ю.М. Бабець // Енергозбереження Поділля. – 2012. - №2. – С. 36-37.
3. Савицкий А. Системы энергоменеджмента – требования с руководством по использованию / А.Савицкий // ЭСКО. – 2011. - №1. – С.18-24.
4. Гачаев М. Энергетическая независимость / М.Гачаев // ЭСКО. – 2011. - №11. – С.33-35.
5. Чубайс И.Б. Энергоменеджмент и комплект методических материалов к нему / И.Б. Чубайс// ЭСКО. – 2013. - №1. – С.44-65.
6. Корчемний М. Енергозбереження в агропромисловому комплексі. Навчальний посібник /

Економіка ХХІ століття : проблеми та перспективи :
зб. наук. пр. / гол. ред. Л. Г. Білий. –
Хмельницький : Вид-во Хмельниц. ін-ту МАУП, 2020. Вип. 1. 102 с.

М. Корчемний, В. Федорейко, В. Щербань – Тернопіль:
Підручники і посібники, 2001. – 984 с.

Оліх Галина Іванівна,
старший викладач
Щенсевич Ольга Юріївна,
магістрантка
(м. Хмельницький)

АУТСТАФІНГ ЯК ФОРМА ВИВЕДЕННЯ ПЕРСОНАЛУ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ПОДАТКОВИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

Доволі відомим в Україні стало запозичення іноземного досвіду. В сфері управління персоналом, наприклад, керівники почали активно використовувати таку форму найму як аутстафінг.

Вагомий внесок у аналіз та вивчення природи аутстафінгу внесли та займаються цим і досі такі вчені, як А. Соколова, Т. Лагода, Є. Благодарна, О. Коняєва, В. Белікова, Г. Домбровська, І. Геращенко, Л. Тетянич та інші.

Ця наукова стаття спрямована на аналіз аутстафінгу в аспекті оформлення персоналу, аналіз правовідносин між працівником та організацією, на користь якої він виконує роботу, оптимізації оподаткування та кадрового управління.

Термін «аутстафінг», що англійською мовою "Outstaffing", у перекладі на українську означає «out» – той, що вийшов; той, що за межами, «staffing» – штат, тобто за межами штату. Така послуга активно використовується у сфері кадрового адміністрування щодо виведення персоналу за межі штату замовника та прийняття його в штат провайдера. Цей інструмент в управлінні персоналом дає підприємствам змогу регулювати кількість найманих

працівників, не змінюючи при цьому офіційну чисельність персоналу. Провайдер бере на себе усі юридичні та матеріальні зобов'язання за наданий ним персонал, зокрема ведення кадрового діловодства та бухгалтерії, нарахування заробітної плати з відрахуванням зарплатних зборів до соціальних фондів, виконання норм трудового законодавства України, надання відпусток, оформлення лікарняних листів, відряджень тощо.[1]

Аутстафінг слугує підставою для оптимізації кадрового виробництва, податків, скорочення витрат на найманий персонал. Роботодавець лише бере в оренду своїх же співробітників в аутстаферів, а ті, в свою чергу, беруть на себе супроводження такого працевлаштування.

Розглядаючи переваги аутстафінгу, варто зупинитись на наступних:

1. Зменшення штатної чисельності персоналу при збереженні фактичної.
2. Оформлення тимчасово-найманих працівників.
3. Зменшення адміністративних витрат компанії.
4. Забезпечення правомірності та юридичної підтримки у роботі з відповідним персоналом.

Зміст послуг аутстафінгу простий: підприємство для максимальної концентрації на ключових робочих процесах бізнесу, підписує офіційний договір з провайдером, відповідно до якого останній виступає як роботодавець виведених за штат співробітників.

Бізнесу такий підхід надзвичайно вигідний, проте держава категорично проти цього, адже мінімізація податків не вигідна для бюджету. Бюджет недоотримує від таких дій близько мільярда гривень податків.

Розглядаючи недоліки аутстафінгу, окрім опору з боку держави, варто проаналізувати основні ризики такої діяльності.

Ризик пов'язаний з орендою працівника - це його відношення до виконуваних задач, яке може бути не достатньо серйозним. Певне розділення на штатних та аутстафінгових працівників може негативно відобразитись на якості виконаної роботи. Працівники, що є позаштатними, можуть втратити мотивацію у зв'язку з відсутністю пільг, що надаються постійним працівникам.

Застосовуючи термін "лізинг персоналу", ми розуміємо його некоректність, адже сама особа не може бути предметом оренди. Звертаю увагу, що поняття "лізинг"(оренда) та "аутстафінг" ототожнювати ні в якому разі не можна. Аутстафінг схожий на лізинг персоналу, проте наявна суттєва різниця. Під час лізингу працівники постійно перебувають в штаті компанії-провайдера. Якщо вони потрібні компанії-клієнтові, то вони працюють в неї визначений період часу, а за відсутності потреби відправляються до інших замовників. Тобто лізинг передбачає оренду найманого персоналу. У випадку з аутстафінгом, доки працівники потрібні певному підприємству, вони перебувають в штаті аутстафінгової компанії, як тільки потреба в них зникає, їх звільняють. [2, с. 98]

Варто вказати, що не дивлячись на широке правове поле, великий ряд питань досі не вирішено і не врегульовано українським законодавством. Зокрема, аутстафінг жодним чином не зафіксовано в нормативно-правових актах: ані визначення терміну, ані його особливостей. Міністерство економічного розвитку та торгівлі України закликає не

використовувати форми, що не передбачені законодавством (лист № 23-13/1052/0/6-11).

Разом з тим, рамки українських законів примушують багатьох підприємців та робітників ставати елементами тіньової економіки. Така діяльність, впершу чергу, ставить під загрозу найманих працівників, адже вони втрачають пакет соціального забезпечення, передбачений трудовим законодавством.

За загальним правилом, у випадку аутстафінгу компанія, що замовляє послугу, підписує контракт з фірмою-посередником, а також з робітником, що виступає виконавцем. Рекомендується створити внутрішній розпорядчий документ, в якому передбачити необхідність залучення сторонньої праці, персоналу. Такий документ підтвердити фінансово-економічним аналізом діяльності компанії. Укладаючи контракт з незалежною компанією, що надає послуги аутстафінгу, вважаємо за необхідне використовувати термін, що застосовується в Податковому кодексі України.

Не варто використовувати термін «аутстафінг» при укладенні контракту, адже він не знайомий українському праву та судочинству.

В законодавстві є «схожі» терміни. Зокрема, у п.п. 14.1.183 п. 14.1 ст. 14 Податкового кодексу України визначено поняття, що схоже за змістом, а саме: "послуга з надання персоналу - це господарська або цивільно-правова угода, відповідно до якої особа, що надає послугу (резидент або нерезидент), направляє у розпорядження іншої особи (резидента або нерезидента) одну або кількох фізичних осіб для виконання визначених цією угодою функцій. Угода про надання персоналу може передбачати укладання зазначеними фізичними особами трудової угоди або трудового контракту з

особою, у розпорядження якої їх направлено. Інші умови надання персоналу (у тому числі винагорода особи, що надає послугу) визначаються угодою сторін." [3]

Таки робітники зможуть бути підпорядкованими внутрішньому трудовому розпорядку замовника, перебувати на його території, але не бути його найманими працівниками у розумінні трудового законодавства, оскільки заробітну плату їм виплачуватиме виконавець.

Також у ст. 39 Закону України "Про зайнятість населення" врегульовано такий вид діяльності, як "діяльність суб'єктів господарювання, які наймають працівників для подальшого виконання ними роботи в Україні в іншого роботодавця." [4]

Така діяльність може здійснюватися лише за наявності відповідного дозволу, що має видати Центр зайнятості.

Законодавством визначено, що Центр зайнятості оформлює та надає дозвіл в порядку, передбаченому постановою Кабінету Міністрів України №359 від 20.05.2013 р.

Вказана постанова ще не набрала чинності, а іншого механізму отримання дозволу не передбачено. Вважаю, що здійснення такої діяльності відбувається поза законом, тому що відсутня суттєва складова, а саме відповідний дозвільний документ. [5]

Як бачимо, законодавство містить схожі за визначенням терміни, проте не точні відповідники.

Регулювання відносин співробітника та керівника аналогічне із регулюванням цивільних правовідносин, але трудові правовідносини суттєво відрізняються від цивільних і регулюються окремими нормативно-правовими актами. Трудові контракти за українським законодавством не можуть регулюватися нормами цивільного права.

В результаті ми маємо не врегульований інститут трудового права, та вигідний механізм для керівників підприємств.

В аспекті оподаткування, договір аутстафінгу цікавий тим, що обов'язки бухгалтера (ведення необхідної документації, нарахування та сплата податків, виплата заробітної плати, оформлення трудових книжок та інше) здійснюється аутстафінговою компанією, що дозволяє суттєво оптимізувати податкові витрати підприємства. Зміст цього у тому, що при укладенні договору між аутстафінговою компанією та роботодавцем, останній встановлює фіксовану ціну в договорі⁰ а всі ризики щодо оподаткування та додаткових витрати несе сам аутстафер.

Таким чином, послуга аутстафінгу є доволі зручною для роботодавців, проте для працівника вона ліквідовує ряд гарантій передбачених трудовим законодавством. Проте, в будь-якому випадку для працівника це все-одно краще, ніж неофіційне працевлаштування або безробіття.

Список використаних джерел та літератури:

1. Грішнова О. Особливості організації та оплати праці за аутстафінгової зайнятості / О. Грішнова, О. Заїчко // Україна : Аспекти праці. – 2014. – № 8. – С. 10-14.

2. Карлін М.І. Можливості застосування лізингу персоналу і аутсорсингу в Україні [Електронний ресурс] / М.І. Карлін, О.В. Борисюк. – Режим доступу: <http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/1629/3/zastosuv.pdf>.

3. Податковий кодекс України: Закон України №2755-VI від 02.12.2010 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>.

4. Закон України від 10.07.2012 р. № 5067-VI "Про зайнятість населення" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>

5. Постанова Кабінету Міністрів України від 20.05.2013 № 359 "Про затвердження Порядку видачі дозволу на наймання працівників для подальшого виконання ними роботи в Україні в іншого роботодавця" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/359-2013-%D0%BF>

6. Домбровська Г.П. Аутстафінг в управлінні персоналом / Г.П. Домбровська, І.О. Геращенко // Вісник національного технічного університету ХПІ – 2010 – №62. – С. 15-22.

7. Analysis of demand for the outstaffing service in ukrainian market in 2013-2014 year [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.promotion-staff.com/exp/analiz-sprosa-na-uslugu-autstaffinga-personala-na-rynke-ukraine-v2013-2014-godu/>

Охман Ольга Василівна,
кандидат юридичних наук
(м. Хмельницький)

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДОДАТКОВИХ ГАРАНТІЙ У СПРИЯННІ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ

Право на працю є одним із найбільш важливих соціально-економічних прав і надає можливість молоді займатися працею для забезпечення як свого матеріального добробуту, так і духовного розвитку особистості. Ст. 43 Конституції України визначає, що кожен має право на працю, що включає можливість заробляти собі на життя працею, яку він вільно обирає або на яку вільно погоджується [1]. В умовах сьогодення, як ніколи актуальним постає розгляд проблематики правового регулювання додаткових гарантій у сприянні працевлаштування молоді в Україні, адже проблема реалізації права молоді на працю в умовах глобалізації світової економіки є надзвичайно актуальною для української спільноти в цілому.

У сучасних умовах євроінтеграції та реформування України, саме молоде покоління є найбільш вразливою та соціально незахищеною категорією населення. Ситуація на сьогодні складається таким чином, що ринок праці переповнений кадрами, а через низку нововведень держави, відсутність достатнього практичного досвіду, правових та професійних знань, а часто і моральної невідповідності до конкуренції на ринку праці, реалізувати своє право на працю молодим громадянам на сьогодні стає все складніше.

Основним нормативним актом, що регулює працевлаштування молоді в Україні є Закон України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» [2], відповідно до якого держава гарантує працездатній молоді рівне з іншими громадянами право на працю. Додаткові гарантії з працевлаштування молоді визначаються ст. 196 Кодексу законів про працю України, а саме: для працевлаштування молоді, яка закінчила або припинила навчання у загальноосвітніх, професійно-технічних і вищих навчальних закладах, звільнилася із строкової військової служби, військової служби за призовом під час мобілізації, на особливий період, військової служби за призовом осіб офіцерського складу або альтернативної (невійськової) служби (протягом шести місяців після закінчення або припинення навчання чи служби) і вперше приймається на роботу, дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, осіб, яким виповнилося 15 років та які за згодою одного з батьків або особи, яка їх замінює, можуть, як виняток, прийматися на роботу, а також інших категорій осіб, які мають додаткові гарантії у сприянні працевлаштуванню, підприємствам, установам та організаціям встановлюється квота [3]. Квота яка надає додаткові гарантії щодо працевлаштування молоді встановлюється відповідно до Закону України «Про зайнятість населення» [4]. Особливу увагу правового регулювання додаткових гарантій у сприянні працевлаштуванню молоді приділено у п. 4 ч. 1 та ч. 2 Законі України «Про зайнятість населення», а саме: до категорій громадян, що мають додаткові гарантії у сприянні працевлаштуванню, серед інших належить молодь, яка закінчила або припинила навчання у закладах загальної середньої, професійної (професійно-технічної), фахової

передвищої та вищої освіти, звільнилася із строкової військової або альтернативної (невійськової) служби (протягом шести місяців після закінчення або припинення навчання чи служби) і яка вперше приймається на роботу. Тобто, на нашу думку, правове забезпечення додаткових гарантій щодо працевлаштування молоді визначено законодавством в достатньому обсязі, адже працевлаштування молодих фахівців є одним із пріоритетних напрямів діяльності держави, що виражає її соціальну спрямованість.

Варто погодитись з думкою Н.І. Єсінової та А.О. Голозубової які зазначають, що державна політика щодо боротьби з молодіжним безробіттям є недостатньо ефективною. Це підтверджується відсутністю зв'язку між ВНЗ і ринком праці, недостатнім стимулюванням роботодавців, які створюють робочі місця для молоді [5]. Ст. 197 Кодексу законів про працю України визначається, що працездатній молоді – громадянам України віком від 15 до 28 років після закінчення або припинення навчання у загальноосвітніх, професійних навчально-виховних і вищих навчальних закладах, завершення професійної підготовки і перепідготовки, а також після звільнення зі строкової військової служби, військової служби за призовом під час мобілізації, на особливий період, військової служби за призовом осіб офіцерського складу або альтернативної (невійськової) служби надається перше робоче місце на строк не менше двох років [3].

Отже, законодавчо закріплено гарантії для працездатної молоді, але без співпраці роботодавців та створення робочих місць для молоді, не можливо вважати приписи законодавства як гарантію. З іншого боку, можна пояснити бажання роботодавця отримати досвідченого і

кваліфікованого фахівця, адже прийнявши на роботу особу, що не має досвіду, роботодавець має забезпечити отримання робітником необхідних у майбутньому навичок та вмінь [6]. Таким чином, молоді люди часто опиняються в ситуації, коли їх не беруть на роботу, оскільки вони не мають досвіду, в той же час вони не можуть набути цього досвіду, оскільки вони ніколи не працювали.

На нашу думку, основними заходами, які повинні проводитися для забезпечення виконання гарантій у сприянні працевлаштування молоді, мають бути агітаційна та просвітницька роботи, а для цього необхідно:

1) розробляти проекти, орієнтовані на фінансування активних заходів сприяння працевлаштування молоді і таким чином стимулювати майбутніх роботодавців;

2) проводити дослідження з метою визначення спеціальностей, професійних навиків та рівня кваліфікації, якими повинні володіти випускники;

3) включити до навчальних програм обов'язкове стажування студентів з обов'язковим підписанням угод з потенційними роботодавцями;

4) розробити та впровадити механізм фінансової та іншої підтримки підприємств, установ та організацій, які беруть участь у реалізації гарантій у сприянні працевлаштування молоді;

5) проводити навчання з техніки пошуку роботи та розповсюдження матеріалів щодо проблем працевлаштування молоді, розширення інформаційного поля про стан на локальному ринку праці, потенційних роботодавців з метою створення умов для самовизначення особи;

6) проводити інформативні й навчальні семінари та тренінги щодо можливостей працевлаштування, активізації

власних зусиль у вирішенні проблем зайнятості та підвищенні самооцінки;

7) організовувати зустрічі з роботодавцями та колишніми безробітними, які успішно знайшли роботу чи заснували власний бізнес. Забезпечити широке висвітлення позитивного досвіду засобами масової інформації;

8) запровадити в програмах навчальних закладів курси з техніки пошуку роботи та факультативні заняття з організації власної справи.

Таким чином, в Україні розв'язати проблеми забезпечення додаткових гарантій у сприянні працевлаштування молоді можна тільки шляхом цілеспрямованих систематизованих і скоординованих дій. При цьому держава повинна піклуватись розвитком соціальної стабільності і захищеності молоді та стимулюванням роботодавців щодо працевлаштування молоді.

Список використаних джерел та літератури:

1. Конституція України: прийнята від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР.URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96%D0%B2%D1%80>

2. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні: Закон України від 05.02.1993 р. № 2998-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2998-12>

3. Про зайнятість населення: Закон України від 05.07.2012 р. № 5067-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>

4. Єсінова Н.І., Голозубова А.О. Проблеми працевлаштування молоді на ринку праці України.

Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2017. Вип. 1 (25). С. 111-120.

5. Кайтанський О.С. Правове забезпечення працевлаштування молоді в Україні. *Актуальні проблеми держави і права. 2011. С. 233-238.*

Піхняк Тетяна Андріївна
кандидат економічних наук
(м. Хмельницький)

СИСТЕМА ГРЕЙДУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ: ЇЇ ПЕРЕВАГИ ТА МОЖЛИВОСТІ

На сучасному етапі український ринок праці характеризується високим рівнем безробіття, непривабливими та неефективними умовами оплати праці, інтенсивним відтоком кваліфікованих кадрів за кордон, усе перелічене підтверджує, що він потребує докорінної трансформації.

Людина, яка зацікавлена у праці та її результатах, найкращим чином використовує знання, кваліфікацію, досвід, свій робочий час, ефективно застосовує технічні засоби, ощадливо витрачає матеріальні ресурси, проявляє творчу ініціативу, бере активну участь у різних новаціях. Проте за слабких матеріальних стимулів і хороші умови діяльності не здатні створити сильної трудової мотивації [1].

Форми та системи оплати праці, які використовуються нині на більшості вітчизняних підприємств морально застарілі. Це виявляється в тому, що більшість з них не враховують ні специфіку роботи підприємства, ні відповідальність та результати праці працівників [2]. Саме тому потрібно змінювати наявні умови та створювати нові для ефективного розвитку кожного українського підприємства.

На сьогоднішній день загальносвітового поширення набула і грейдингова система оплати праці – це рівнева система, відповідно до якої кожній посаді на підприємстві присвоєно певну кількість балів, і залежно від балів посада отримує рівень (грейд). Грейд – це рівень посади в системі посад підприємства, який відображає її цінність для підприємства. Від рівня грейду залежить розмір заробітної плати. Чим вищий грейд – то більша заробітна плата [3, с. 276]. Вона була розроблена в середині XX ст. засновником міжнародної консалтингової компанії «HayGroup» Едвардом Н. Хеєм, який був ініціатором багатьох з сьогоднішніх фундаментальних методів управління персоналом і організаціями [4].

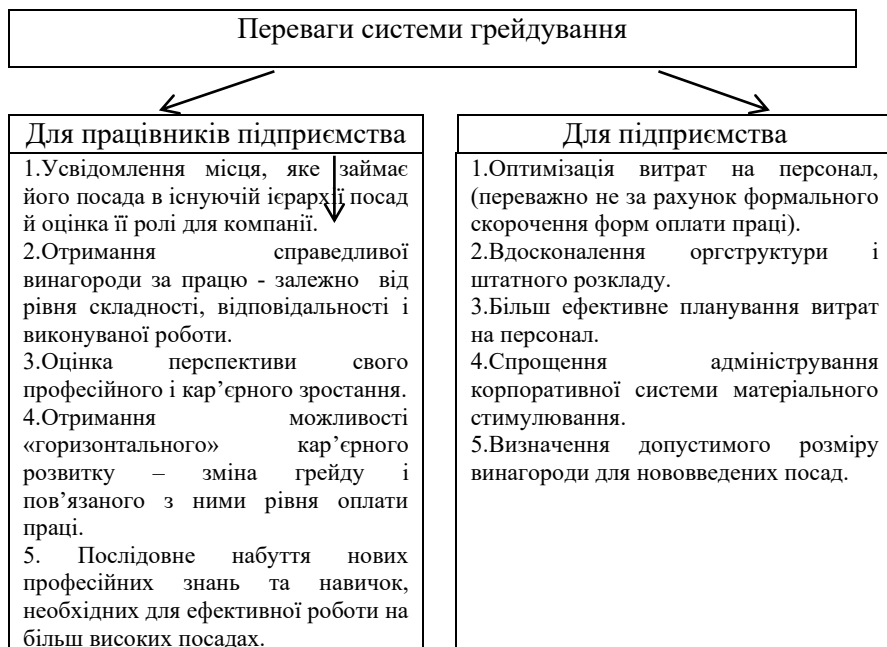


Рис. 1 Переваги та можливості системи грейдування
Джерело: сформовано на основі[2]

Головною перевагою системи грейдинга є переклад нематеріального показника «цінність роботи співробітника» в грошовий еквівалент. Переваги та можливості системи грейдування представлено на рис.1.

Проте, грейдингу властиві і деякі недоліки: потребує значних витрат на розробку, впровадження і функціонування; до початкової розробки системи грейдів повинна бути залучена велика група експертів; порядок переміщення між грейдами викликає різні проблеми (організаційні, фінансові, психологічні тощо); є велика вірогідність суб'єктивного підходу під час розроблення й оцінювання грейдів [5]. Однак, переваги грейдингу переважають над недоліками, що свідчить про ефективність даної системи оплати праці.

Таким чином, впровадження грейдової системи оплати праці дає змогу мотивувати найманих працівників, оптимізувати розподіл фонду оплати праці на підприємстві, впливати на розвиток працівників, мотивувати їх до здобуття нових вмінь і навичок, отримувати уявлення про можливу зміну рівня доходів при різних кар'єрних переміщеннях.

Список використаних джерел та літератури:

1. Беленкова М.І., Глущенко В. В. Застосування грейдової та інших прогресивних систем оплати праці на сільськогосподарських підприємствах. *Облік і фінанси*. 2012. № 3. С. 133-137.
2. Шахно А.Ю. Система грейдування як сучасна форма оплати праці на підприємстві. *Інноваційна економіка*. 2013, № 6. С. 187-194.

3. Гладка О.І. Застосування грейдингу при формуванні привабливості компенсаційного пакету роботодавця. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. № 42. С. 275-280.

4. KornFerryHayGroup. Історія. URL: <https://www.haygroup.com/ua/about/index.aspx?id=3008> (дата звернення: 15.11.2019 р.).

5. Запорожан Л. Зарубіжний досвід оплати праці за грейдами. *Економічний аналіз*. 2011. № 8. С. 155–156.

Савчук Людмила Олександрівна
кандидат педагогічних наук, доцент
(м.Хмельницький)

ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ ЗА ДОПОМОГОЮ СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ

Активний розвиток сучасних інформаційних технологій відкрив новий віртуальний інструмент комунікацій – просування товарів та послуг за допомогою інтернет-технологій. Інтернет сьогодні став потужним інструментом для налагодження довгострокових відносин між продавцем та покупцями. Особливого поштовху набули якісні форми проявів онлайн-діяльності, змінилась управлінська спрямованість, пріоритети та підприємницька поведінка суб'єктів ринку.

Застосування Інтернет-технологій для просування товарів та послуг, основні інструменти, напрямки та тенденції застосування в бізнесі досліджувалися такими науковцями як В.Д. Байков, О.С. Варвиш, І.Л. Литовченко, Ю.В. Попова, І.В. Успенський. Здебільшого розглядалися окремі інструменти або середовище для пошуку інформації по продажу товарів та послуг. Виникає необхідність урахування сучасних тенденцій розвитку ринкових відносин у віртуальному світі, використання поняття – Інтернет-маркетингу, систематизація інструментів інтернет-маркетингу.

Інтернет-маркетинг (англ. Internet marketing) – як і традиційний маркетинг скерований на просування товарів та послуг для зростання продажів та отримання більшої бази

користувачів для компанії з використанням можливостей мережі Інтернет.

Інтернет-маркетинг від класичного відрізняється такими основними складовими як інтерактивність, таргетування, веб-аналітика.

– Інтерактивність можна підтримувати через соціальні мережі, налаштування трафіку сайту та проведення SEO.

– Таргетування – це механізм, який дозволяє націлювати інформацію саме на ту аудиторію, яка вам потрібна.

– Веб-аналітика – дозволяє зрозуміти, які саме дії та кроки дозволили збільшити зацікавленість вашими товарами та послугами.

Процес просування товарів та послуг за допомогою сучасних інтернет-технологій складається з наступних етапів: розуміння товарної політики; оцінки призначення продукту; аналізу конкурентоздатності; цілепокладання та крі; формування цільової аудиторії; генерація контенту; налагодження трафіку; аналіз та оптимізація. Товарна політика в Інтернет має свої особливості, які обумовлено характеристиками аудиторії Інтернет, специфічними особливостями процесів комунікації. Під товарною політикою розуміється маркетингова діяльність, яка пов'язана із плануванням і здійсненням сукупності заходів і стратегій з формування конкурентних переваг і створення таких характеристик товару, які роблять його постійно цінним для споживача й, тим самим, задовольняють ту або іншу його потребу, забезпечуючи відповідний прибуток фірмі [2].

Інтернет-маркетинг обертається навколо веб-сайта продавця. Веб-сайт може містити рекламні повідомлення,

загальну інформацію про продукцію і компанію, а також електронну адресу для зворотнього зв'язку з потенційним покупцем та можливості здійснення замовлень з оплатою кредитною картою. Завдяки можливості контакту через засоби електронного зв'язку, є можливість вести переговори і здійснювати он-лайн продажі. На етапі налагодження ефективної роботи сайту слід враховувати такі складові, як:

- Юзабіліті-аудит – показує, наскільки часто користувачі здійснюють перехід на ваш сайт та цікавляться товарами або послугами.

- PR та SMM-стратегії – включають в себе створення акаунтів в соціальних мережах. В залежності від цільової аудиторії це можуть бути Facebook, Telegram, LinkedIn чи інші соцмережі.

- Стратегії гіперпосилань – відповідають за параметри, частоту та анкорний текст самого гіперпосилання.

- Семантичний аналіз – це збір та аналіз ключових слів, який здатний підвищувати конверсію сайту.

- SEO-аудит та контентна стратегія – дозволяють зробити налаштування таким чином, щоб сайт був при пошуку на перших позиціях.

Широке використання інтернет-технологій у бізнесі, залучення спеціалістів, що володіють ІТ технологіями дозволяє активно включатись в багатосторонній процес просування товарів та послуг інформаційними засобами. В підсумку, сучасний бізнес отримує можливість вільно орієнтуватись в інформаційних потоках, які беруть участь у вирішенні різноманітних завдань розвитку ринкової економіки.

Враховуючи соціальну ізоляцію, традиційні маркетингові інструменти, особливо такі як івент-маркетинг

та зовнішня реклама, втратили свою ефективність. Digital-маркетинг залишається чи не єдиним інструментом, який зараз працює на повну потужність. Щоб бути ефективним, слід орієнтуватися на діджиталізацію бізнесу у всіх можливих сферах та спрямовувати маркетингові витрати саме на інтернет-маркетинг, ефективність якого сьогодні очевидна. Тільки від наших рішень залежить, чи ця криза буде проблемою, чи відкриє нові можливості.

Таким чином, сучасний розвиток бізнесу вимагає осмислення і наукового обґрунтування процесів, що відбуваються у сфері просування товарів та послуг за допомогою сучасних Інтернет-технологій. Сьогодні потрібно формувати ефективну систему онлайн-продажу, використовувати інтерактивні методи управління комерційною діяльністю. Важливим аспектом ринкового росту є необхідність вивести українські компанії у світовий бізнес-простір, створити їм умови для здорової ринкової конкуренції.

Список використаних джерел та літератури:

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15>. – Назва з титул. екрану.
2. Успенский И.В. Интернет-маркетинг: Учебник [Электронный ресурс] / И.В. Успенский. – СПб. : Изд-во СПбГУЭиФ, 2003. – Режим доступа : www.aup.ru/books/m80/

Ковальчук Василь Григорович
кандидат економічних наук, доцент
(м.Хмельницький)

МІСЦЕ НЕГАТИВНИХ ЗАСОБІВ СТИМУЛЮВАННЯ В СИСТЕМІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Мотивація персоналу – одна з найбільш актуальних тем вже багато років. Кожний роботодавець хотів би знати, де в його працівника кнопка, натиснувши на яку можна отримати високоефективного, ініціативного та лояльного професіонала. Оскільки інструкції з використання та місця знаходження такої кнопки в компанії немає, вона створює свої інструменти з мотивації у вигляді положень, стандартів, регламентів, часто підміняючи поняття мотивації й стимулювання або об'єднуючи їх в єдине ціле [1].

Парадокс у тому, що розробляючи системи грейдів і бонусів, організовуючи корпоративні свята й тренінги, компанії не можуть відмовитися від негативних стимулів. Крик, прилюдна критика, перехід від робочої ситуації на особистість працівника, а часто й штрафи, які маскуються більш прийнятним терміном «депреміювання», використовують на практиці багато українських компаній.

Так чому ж у наш час, коли проводиться величезна кількість тренінгів і конференцій з мотивації персоналу, а полиці книжкових магазинів ломляться від книг з мотивації та розвитку працівників, роботодавці неухильно дотримуються старого доброго методу батога і пряника, де батіг грає головну скрипку?

Спробуємо розібратися в основних чинниках переважання негативного стимулювання над позитивним.

- Соціокультурні особливості суспільства.

Незважаючи на те, що СРСР розпався майже чверть століття тому, стиль управління в багатьох організаціях до цього часу залишається адміністративно-командним. Він ґрунтується на директивно-розпорядчих, а не на економічних методах управління та принципі «всі засоби хороші для досягнення мети». Люди повинні стерпіти все, а якщо не захочуть, їх потрібно змусити, поставити на місце. Основний стимул такого стилю – страх.

Наслідком нетривалого періоду розвитку в країні ринкових відносин є відсутність сформованої управлінської системи, яка базувалася б на позитивних стимулах [2].

- Стиль управління в компанії.

У багатьох компаніях все ще зберігається авторитарний стиль управління, який на етапі створення компанії дає можливість швидкого одноосібного управління і не потребує значних матеріальних вкладень. Керівник вирішує, як і кого покарати або заохотити, ґрунтуючись переважно на особистому ставленні до працівника. Ґрунтуючись на страху, недовірі й контролі, авторитарний стиль управління пригнічує ініціативу та творчий потенціал працівників, тим самим гальмуючи розвиток бізнесу.

- Низький рівень компетенції менеджерів.

Більшість керівників не мають управлінської або економічної освіти і приходять до всього емпіричним шляхом. Негативні стимули – прості й універсальні. Вони не потребують високого рівня кваліфікації керівника, дають йому змогу залишатися таким, як він є, не визнавати необхідності змін.

Сюди ж можна віднести перевантаженість керівників: через невміння або небажання делегувати завдання вони виконують все самі або витрачають великі зусилля на контроль за їх виконанням. Це сприяє фізичній і емоційній втомі, що призводить до використання як стимулу батога, а не пряника.

- Жадібність або бажання перестрахуватися.

Деякі компанії за рахунок штрафів скорочують фонд оплати праці, наприклад, ставлячи недосяжні цілі або оцінюючи їх досягнення суб'єктивно.

Чому ж негативні стимули не працюють вже зараз і, звичайно, не працюватимуть у майбутньому? Щонайменше існує дві причини.

1. Різниця поколінь. Можна сумніватися в теорії поколінь Хоува – Штрауса, але керівникам і власникам компаній слід врахувати той факт, що люди, які зараз приходять на роботу, значно відрізняються від них самих.

2. Умови швидких змін і ускладнення завдань. Світ, в якому ми живемо, змінюється з такою швидкістю, що завдання, які ще вчора здавалися найважливішими, відходять на другий план, поступаючись місцем новим.

Якщо бізнес-модель, за основу якої взято принцип батога й пряника, хоч якось здатна вирішувати прості завдання, коли є набір правил і чітка мета, то вирішити завдання з великою кількістю несподіваних, неочевидних рішень їй не під силу. Зміни в ринковій економіці, законодавстві, політичній обстановці, бізнес-моделях і цілях компаній вимагають від працівників свіжого погляду на проблему, креативного, творчого підходу в ухваленні рішень, внутрішньої свободи для розширення горизонтів і виходу за рамки вже відомих методів роботи [3, с.21].

Отже, страх покарання не є гарантією недопущення помилки, він швидше блокує нормальну розумову діяльність і призводить до падіння працездатності.

Список використаних джерел та літератури:

1. Пересипкіна Н. Мотивація персоналу: чому негативні стимули не працюють / Н. Пересипкіна // *Журнал «Кадровик України»*, - 2016 р. - № 7. – Режим доступу: <https://prohr.rabota.ua/motivatsiya-personalu-chomu-negativni-stimuli-ne-pratsyuuyut/>

2. Демидова М. М. Негативні засоби мотивації та їх роль в стимулюванні роботи працівників сільськогосподарських підприємств / М. М. Демидова. // *Ефективна економіка*. - 2014. - № 6. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_6_30

3. Ваганова І. М. Функції та підстави позбавлення працівників заохочувальних виплат у трудовому праві України / І. М. Ваганова // *Форум права*. - 2016. - № 2. - С. 18–23. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/FP_index.htm_2016_2_5

Цимбалюк Ганна Сергіївна,
Викладач
Доманюк Назарій Іванович,
магістрант
(м. Хмельницький)

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ

Жодна дія людини не відбувається без мотивації, а точніше без внутрішніх стимулів здійснити таку дію. Кожна людина має свої особисті потреби, інтереси, цінності у задоволенні яких полягає головний зміст людської праці, тому ефективною буде така система мотивації персоналу, яка побудована на індивідуальному підході щодо кожного працівника. Особливо доцільно використовувати таку систему для мотивації праці управлінського персоналу [1, с. 99].

Адже важливою особливістю управлінської праці є те, що вона бере участь у створенні матеріальних цінностей не безпосередньо, а через організацію праці інших осіб. В даному випадку породжується саме ланцюгова реакція: на роботі всього колективу неодмінно позначаються проблеми діяльності управлінського персоналу.

Коли мова йде про управлінський персонал, практикуючі консультанти звертають увагу на дві ключові потреби, а саме: досягнення успіху та потреба в приналежності.

Будь-яка людина прагне відчувати себе корисним та цінним. Вона керується тим, який внесок може зробити або

якого результату може досягнути. Певне коло особистостей бажають безпосередньо отримати визнання інших людей, котрих вони поважають, а інші, навпаки - отримати посмішку чи схвальні слова.

Приналежність до певного кола людей, а точніше саме потреба в приналежності, також є важливою рушійною силою нашого життя. Людина прагне стати частиною чогось більшого і кращого, ніж вона сама. Відомо, що праці в житті людини належить найбільша частина її часу. Якщо праця дає відчуття цінності і приналежності, тоді й життя людини стає більш повним та задоволеним. Успішні підприємства усвідомлюють та користуються цим важливим інструментом. Вони розуміють, що працівники, які регулярно досягають успіхів і відчувають, що вони належать до чогось (підприємства), приймають кращі рішення, виконують роботу ефективніше та досягають кращих результатів, ніж працівники підприємств, де не задовольняються ці мотиваційні потреби [2].

Знизити мотивацію конкретного працівника до роботи можуть багато чинників. Наприклад, стрес, конфлікти з колегами, втома. Рутинна робота призводить до апатії. Співробітник не бачить позитивних результатів своєї роботи, не чекає успіху.

Підвищити настрій співробітників, а значить і мотивацію до роботи, допоможуть наступні рекомендації:

1. Спілкуйтеся з колективом. Дізнайтеся у співробітників, які їхні короткострокові цілі в професійній діяльності, переваги в роботі. Дозвольте реалізувати потенціал за допомогою делегування або участі в плануванні.

2. Контролюйте роботу співробітників. Задавайте питання і просите дати розгорнуту відповідь. Співробітники

повинні чітко розуміти, що від них вимагається на робочому місці.

3. Демонструйте важливість результатів праці співробітників. Наприклад, як зусилля колективу привели проєкт до успіху. Визнайте заслуги співробітників.

4. Шукайте ефективні методи роботи. Дайте співробітникам відпочити від рутини. Наприклад, хороший ефект дає переміщення співробітників між посадами.

5. Плануйте винагороду за високі показники праці.

6. Заохочуйте прагнення до підвищення кваліфікації, додаткової освіти.

7. Використання прозорості каральної системи. Співробітники повинні розуміти, за які рамки їм не можна виходити в роботі.

Високо мотивований управлінський персонал це основний чинник забезпечення ефективної, конкурентоспроможної діяльності підприємства. Досягнення підприємством поставлених цілей повною мірою залежить від ефективності управлінських рішень. У цьому зв'язку, посилення мотивації управлінської праці дозволить підприємствам швидше здійснювати організаційний розвиток та більш повно реалізовувати свої потенційні можливості [3].

Ефективне функціонування підприємства та його конкурентоспроможність залежить не лише від технічного оснащення підприємства, наявності сучасних технологій, чітко поставленої системи контролю, маркетингових досліджень ринкового середовища, а й від кваліфікації працівників підприємства і ефективного управління персоналом, яке, своєю чергою, неможливе без застосування системи мотивування праці.

Для формування належного ставлення до праці потрібно створити такі умови, за яких працівник сприймав би

свою працю як свідому діяльність, необхідну для нормального матеріального забезпечення себе і сім'ї, як джерело самовдосконалення, основу професійного та службового зростання.

Список використаних джерел та літератури:

1. Урманов Ф. Ш. Мотивація – основний чинник ефективності управлінської праці / Ф. Ш. Урманов, А. А. Касімова // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. - 2017. - № 4. - С. 98-102. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhdtu_econ_2017_4_19

2. Ігнатенко О.О. Вплив мотивації праці управлінського персоналу на ефективність діяльності підприємства / О.О. Ігнатенко, А.А. Грушева // Вісник НУ ДПС України. – 2016. – №2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/2_ANR_2010/Economics/6_56683.doc . htm.

3. Лещенко Л. О. Мотивація праці як фактор підвищення прибутковості виробництва / Л. О. Лещенко // Ефективна економіка. – 2016. – №4. – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nayka.com.ua>

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Авсієвич Алла Валеріївна – доктор філософії в галузі права, старший викладач кафедри права та правоохоронної діяльності Хмельницького інституту МАУП.

Білий Леонід Григорович – кандидат педагогічних наук, доцент, директор Хмельницького інституту МАУП.

Булат Галина Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування Хмельницького університету управління та права ім. Леоніда Юзьковва.

Ваганова Людмила Василівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та управління Хмельницького інституту МАУП; заступник завідувача відділу планування діяльності та стратегічного розвитку підприємств міста Хмельницької міської ради.

Гуменюк Антоніна Федорівна – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри економіки та управління Хмельницького інституту МАУП

Гжехулка Олена Василівна – викладач кафедри теорії і практики туризму Хмельницького інституту МАУП

Доманюк Назарій Іванович – магістрант спеціальності «Економіка» другого (магістерського) рівня вищої освіти Хмельницького інституту МАУП

Ковальчук Василь Григорович – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри економіки та управління Хмельницького інституту МАУП

Коцюк Володимир Дмитрович – кандидат історичних наук, декан гуманітарно-економічного факультету Хмельницького інституту МАУП

Коцюк Наталія Володимирівна – старший викладач циклової комісії з туристичного обслуговування Хмельницького економіко-правового коледжу МАУП

Рижа Тетяна Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та управління Хмельницького інституту МАУП

Оліх Галина Іванівна – голова циклової комісії фінансових та облікових дисциплін Хмельницького економіко-правового коледжу МАУП

Оліх Ростислав Леонідович – магістрант спеціальності «Економіка» другого (магістерського) рівня вищої освіти Хмельницького інституту МАУП

Охман Ольга Василівна – кандидат юридичних наук, доцент кафедри права та правоохоронної діяльності Хмельницького інституту МАУП

Піхняк Тетяна Андріївна – кандидат економічних наук, викладач циклової комісії фінансів, обліку і оподаткування Хмельницького торговельно-економічного коледжу Київського національного торговельно-економічного університету

Савчук Людмила Олександрівна – кандидат педагогічних наук, доцент; завідувач кафедри фундаментальної підготовки Хмельницького інституту МАУП

Сущук Антоніна Володимирівна – фінансовий менеджер Товариства з обмеженою відповідальністю «Дар-землі»

Романовська Наталія Іванівна – магістрантка спеціальності «Публічне управління та адміністрування» другого (магістерського) рівня вищої освіти МАУП (м.Київ)

Цимбалюк Ганна Сергіївна – викладач кафедри економіки та управління Хмельницького інституту МАУП

Щенсевич Ольга Юріївна – магістрантка спеціальності «Економіка» другого (магістерського) рівня вищої освіти Хмельницького інституту МАУП

Щерба Артем Леонідович – магістрантка спеціальності «Публічне управління та адміністрування» другого (магістерського) рівня вищої освіти МАУП (м.Київ)

ДОДАТКИ

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ ІНСТИТУТ
імені Блаженнішого Володимира, Митрополита Київського і всієї України
Міжрегіональної Академії управління персоналом
НАУКОВЕ ТОВАРИСТВО СТУДЕНТІВ ТА МОЛОДИХ ВЧЕНИХ

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЛИСТ

Шановні колеги!

Оголошується

**XVIII Всеукраїнський конкурс студентських та учнівських
наукових робіт**

**«УКРАЇНА У СУЧАСНОМУ ГЕОПОЛІТИЧНОМУ
ПРОСТОРІ: ПОГЛЯД МОЛОДІ»**

(до 25-річчя Хмельницького інституту МАУП)

Метою конкурсу є стимулювання наукових досліджень студентів та поміркований синтез суперечливих, критичних і конструктивних думок щодо шляхів і механізмів ефективного входження України до світового економічного, політичного, освітнього, культурного та правового простору.

Конкурс наукових робіт буде проводитися за такими напрямками:

1. Політико-правові аспекти розвитку України в контексті світових геополітичних змін.
2. Соціально-економічні перспективи розвитку України у XXI ст.
3. Історико-культурні аспекти розвитку України: історія, сучасність, перспективи.
4. Інтеграція України до світового освітнього простору.

На конкурс подаються оригінали наукових робіт у зшитому вигляді.

Вимоги до оформлення:

- матеріали подаються українською мовою обсягом 25-35 сторінок набраного на комп'ютері тексту формату A4; шрифт Times New Roman,

кегель 14, міжрядковий інтервал 1,5 (текстовий редактор WORD); поля зліва – 20 мм, справа, зверху, знизу – 15 мм.;

- наукова робота повинна містити: титульну сторінку; план; вступ, в якому розкривається актуальність та новизна теми; основну частину роботи із посиланнями на літературні джерела; висновки; список використаних джерел та літератури; додатки (по необхідності);

- посилання на літературу виконуються у квадратних дужках [] із позначенням порядкового номеру джерела (монографії, статті) і сторінки (аркуша) за зразком: [4, с. 21], [6, арк. 121], [9, р. 17];

- матеріали подавати у електронному вигляді, а також роздрукованими в 1 примірнику;

- до наукової роботи додаються відомості про автора, наукового керівника (див. на звороті) та належно засвідчена рецензія наукового керівника.

Термін подання наукових робіт: до 14 квітня 2021 року.

Переможці конкурсу нагороджуються іменними дипломами та цінними подарунками.

Наукові роботи переможців будуть заслухані на **XVIII Всеукраїнській науково-практичній конференції “Україна у сучасному геополітичному просторі: погляд молоді”**, яка відбудеться 14 травня 2021 року на базі Хмельницького інституту МАУП. Початок об 11.00.

Дрес-код (dress code) – вишиванка (з нагоди Всесвітнього дня вишиванки)

Планується друк збірника наукових праць, для цього потрібно разом з науковою роботою подати тези доповіді (3-4 сторінки) до 10 квітня 2021 року (формат A4; шрифт Times New Roman, кегель 14, міжрядковий інтервал 1,5 (текстовий редактор WORD); поля зліва – 20 мм, справа, зверху, знизу – 15 мм.)

Матеріали подавати і надсилати за адресою: 29015, м. Хмельницький, проспект Миру 101А, Хмельницький інститут МАУП (Парандій Валентина Олександрівна, т. 067-589-53-66)

Контактний телефон: (0382) 61-25-19, факс 63-03-05,

E-mail: himaup@ukr.net,

v.parandiy@maup.km.ua

Цитати відомих людей про управління та економіку:

Показник якості управління – звичайні люди, що роблять незвичайні речі.

(П. Друкер)

А кожен із нас, хто припускає, що може керувати іншими, повинен постійно і напружено вчитися.

(А. В. Луначарський)

Завдання успішного менеджменту – зробити організацію результативної та ефективної в найближчій і довгостроковій перспективі.

(І. Адізес)

«Качине теорія» менеджменту: пливуча по воді качка зовні здається спокійною і незворушною, але її лапки під водою працюють дуже-дуже швидко.

(І. Адізес)

Чеснотою я називаю навик дій, корисних суспільному благу.

(О.М. Радищев)

Найзначніше, що може робити менеджер, – це наймати придатних для справи нових працівників

(Лі Якокка, “Кар’єра менеджера”)

«Щоранку я дивився на себе в дзеркало і питав: «Якби сьогодні був останній день мого життя, хотів би я займатися тим, чим я займаюся сьогодні? І якщо відповідь протягом багатьох днів поспіль була «ні» – я знав, що мені потрібно щось змінювати»

(Стів Джобс)

Коли є важка робота, я завжди доручаю її ледачому людині. Він обов'язково знайде якийсь легкий спосіб виконати її.

(Волтер Крайслер)

Той, хто хоче бачити результати своєї праці негайно, повинен йти в шевці.

(Альберт Ейнштейн)

Правильне рішення, прийняте із запізненням, є помилкою.

(Лі Якокка)

Ключ до успіху бізнесу – в інноваціях, які, у свою чергу, народжуються креативністю.

(Джеймс Гуднайт)

Мистецтво управління полягає в тому, щоб не дозволяти людям постаріти на своїй посаді.

(Наполеон Бонапарт)

Легше тримати віжки, ніж кермо влади.

(Козьма Прутков)

Навіть найкращий менеджер часом опиняється в положенні хлопчика з величезною собакою на повідку. Він дивиться, куди вона тягне поводок, і веде її в цю сторону

(Лі Якокка)

Хороший керівник повинен завжди знати, що відбувається в компанії. Не можна залишатися ізольованим у своєму кабінеті.

(Джек Траут, «Великі проблеми великих брендів»)

Найголовніше, що ми робимо, це приймаємо на роботу видатних людей.

(Стів Балмер, виконавчий директор Microsoft)

Все управління в кінцевому рахунку зводиться до стимулювання активності інших людей.

(Лі Якокка)

Прикро, коли твої мрії збуваються у інших!

(М. Жванецький)

Ефективний керівник концентрується на можливостях, а не на проблемах.

(П. Друкер, економіст, публіцист, теоретик менеджменту)

Будь-які зміни несуть із собою нові можливості. Тому реакцією організації на зміни повинно бути не вичікування, а підвищення активності

(Дж Уелч, колишній генеральний директор General Electric)

Якщо в команді немає людини, що приймає рішення, то рішення ніколи не будуть прийняті.

(П. Друкер, економіст, публіцист, теоретик менеджменту)

Справжня історія Facebook полягає в тому, що ми працювали не покладаючи рук весь цей час. Досить нудний сюжет, чи не так? Всі ці шість років ми сиділи за комп'ютерами і писали коди.

(М. Цукерберг, творець Facebook)

Як шкода, що не можна купувати наших менеджерів з їх справжньої вартості і продавати за ціною, в яку вони самі себе оцінюють!

(Малколм Форбс)

Менеджер: людина, що приймає швидкі рішення – і іноді вірні.

(Елберт Хаббард)

Економіка дихає крізь дірки в оподаткуванні.

(Баррі Брейсвелл-Мілнс, англійський економіст)

**Економіка ХХІ століття : проблеми та перспективи :
зб. наук. пр. / гол. ред. Л. Г. Білий. –
Хмельницький : Вид-во Хмельниц. ін-ту МАУП, 2020. Вип. 1. 102 с.**

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**Економіка ХХІ століття : проблеми та перспективи : зб. наук. пр. /
гол. ред. Л. Г. Білий. – Хмельницький : Вид-во Хмельниц. ін-ту
МАУП, 2020. Вип. 1. 102 с.**

*За достовірність фактів, назв, посилань на літературні джерела
відповідальність несуть автори. Редколегія не завжди поділяє їхні
погляди.*

Зображення на обкладинці взято з мережі Internet

Приватне акціонерне товариство «Вищий навчальний заклад
«Міжрегіональна Академія управління персоналом»
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів
видавничої справи ДК №3262 від 26.08.2008 р.



**Хмельницький інститут
імені Блаженнішого Володимира, Митрополита Київського і всієї України**
29015, м. Хмельницький, проспект Миру 101-А
Тел.: (0382) 63-03-05
Ел. адреса: himaup@ukr.net
www.maup.km.ua

**Здано в набір 26 травня 2020 р. Підписано до друку 26 травня 2020 р.
Формат 60x84 1/16. Гарн. Times. Ум. друк. арк. 2,4.
Друк офсетний. Папір офсетний. Тираж 200 прим.**

*Економіка - це мистецтво
задовольняти безмежні потреби
за допомогою обмежених ресурсів.*

Лоуренс Пітер