

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
НАУКОВЕ ТОВАРИСТВО МОЛОДИХ УЧЕНИХ ТА СТУДЕНТІВ ЧТЕІ КНТЕУ

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОСТІ У ДОСЛІДЖЕННЯХ МОЛОДИХ НАУКОВЦІВ



**МАТЕРІАЛИ ВУЗІВСЬКОЇ НАУКОВОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ ІНТЕРНЕТ-
КОНФЕРЕНЦІЇ**

Чернівці
14 червня 2019 р.

УДК 330.34:167.1+330.342.146

С 69

Соціально-економічні проблеми сучасності у дослідженнях молодих науковців. Матеріали Вузівської наукової студентської інтернет-конференції, м. Чернівці, 14 червня 2019 р. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2019. – 23 с.

До збірника увійшли матеріали Вузівської наукової студентської інтернет-конференції «Соціально-економічні проблеми сучасності у дослідженнях молодих науковців», які містять результати досліджень сучасних проблем розвитку економічної системи України. Значна увага також приділяється питанням міжнародного співробітництва, торгівлі, розвитку фінансової та банківської системи, підприємництва, харчових технологій, ефективного менеджменту, маркетингу, туризму, товарознавства та ін.

Розраховано на аспірантів та студентів, що цікавляться проблемами соціально-економічного розвитку.

Роботи надруковано у авторській редакції.

Відповідальність за достовірність фактів, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть автори публікацій.

© ЧТЕІ КНТЕУ, 2019

Підписано до друку 27.06 2019 р.

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

Андрій Антонюк, наук. кер. - Власова Т.Р., Проблеми працевлаштування молоді на ринку праці України	4
Анастасія Галагоц, наук. кер. - Ураскій Ю.А., Безробіття молоді, як соціально-економічна проблема України	5
Анна Колісник, наук.кер. - Власова Т.Р., Причини та наслідки інфляційних процесів в Україні	6
Катерина Манчул, наук. кер.- Власова Т.Р., Шляхи підвищення конкурентоспроможності робочої сили	7
Галина Смотилевич, наук. кер. - Власова Т.Р., Шляхи подолання безробіття серед молоді	9
Любов Сопівник, наук. кер. - Власова Т. Р., Проблеми створення сприятливого інвестиційного клімату для іноземних інвесторів	9
Діана Роїк, наук. кер. - Власова Т.Р., Критерії оцінки якості життя населення України	11
Ірина Рудніцька, наук. кер. - Власова Т.Р., Зовнішня трудова міграція в Україні	12

ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ, ГАЛУЗЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

Назар Белей, наук. кер. - Долга Г. В., Суть поняття «мотивація праці»: підходи до визначення	13
Марія Гавчук, наук. кер. - Лошенко І.Р., Актуальні проблеми естетичних властивостей парфумерно-косметичних товарів	14
Іванна Галюк, наук. кер. - Лошенко І.Р., Естетичні властивості товарів	15
Богдан Матвіїв, наук. кер. - Нікульча В.А., Послуги ресторанного господарства: особливості процесу обслуговування	16
Сніжана Міх, наук.кер.- Власова Т.Р., Мотивація як основний чинник підвищення ефективності праці	17
Пашин Руслана, наук. кер. - Жалба І.О., Порівняльна характеристика використання SEO - оптимізації та контекстної реклами у пошукових мережах	18
Андрій Чебан, наук. кер. - Рилєєв С.В., Аналіз фінансового стану підприємства: суть, етапи та особливості здійснення	19

БЮДЖЕТНА СИСТЕМА

Анастасія Банар, наук. кер. - Юрій С. М., Порядок формування місцевих бюджетів	21
--	----

Проблеми працевлаштування молоді на ринку праці України

В наш час Україна для свого розвитку потребує більше молодих спеціалістів. Саме молоді спеціалісти, які своїми знаннями, вміннями, і високим потенціалом є головною силою для побудови економіки. Ситуація на ринку праці України, особливо для сучасної молоді є дуже складною. Через послаблення державного контролю за працевлаштуванням молоді, скорочення робочих місць, з'явилися нові проблеми щодо її працевлаштування, молодіжне безробіття стає все реальнішим для нашої країни.

На сьогоднішній день дана проблема є досить актуальною. Через те, що на даний момент у країні криза, за рахунок цього відбувається скорочення робочих місць, і через це з кожним днем влаштуватися на роботу для молоді все важче. Рівень безробіття в Україні перевищує рівень природного безробіття (4-5 %), рівень безробіття серед молоді, перевищує 17% [1]. За даними Державної служби зайнятості більш як 40% безробітних – молоді віком від 25 до 35 років [2]. Однією з найважливіших проблем сучасної молоді є проблема недостатньої зайнятості, яка обумовлена такими причинами: відсутність досвіду роботи; низька адаптація молоді на ринку праці; завищені вимоги молоді щодо свого заробітку, місця роботи, умов праці тощо. Ці та багато інших причин призводять до загострення даної проблеми.

Ця ситуація може призвести до багатьох проблем у країні, тому треба негайно її вирішувати. Можна погодитися з думкою С. Бандур, що «не можна обійти питання молодіжного безробіття». Значна частина молоді через відсутність прийнятної для них роботи просто деградує, а то й стає на шлях кримінальних заробітків. Внаслідок своїх соціально-психологічних особливостей такі особи рідко повертаються до слухняної поведінки у сфері зайнятості. Звідси і випливає реальна загроза втратити ціле покоління людей, які з часом не зможуть реалізувати набуті знання [3, с.3]. Більшість молоді через відсутність роботи, ідуть працювати не за своїм фахом, і це негативно впливає на нашу країну. Вони не отримують ніякого задоволення від своєї роботи, займаються тим, що їм взагалі не до душі, цим самим росте рівень незадоволеності населення якістю трудового життя. Також через те, що молоді не може влаштуватися на гідну і високооплачувану роботу в Україні, вони вимушені виїжджати за кордон у пошуках роботи. Це сприяє втраті висококваліфікованої робочої сили та є негативною тенденцією для нашої країни через те, що більшість спеціалістів, які б могли розвивати економіку, працювати на українських підприємствах, через нестачу робочих місць, їдуть працювати за кордон і реалізувати себе там, свої можливості та вміння, вносячи вклад в розвиток іншої країни. Є дуже багато людей, які завдяки своїм вмінням реалізували себе в іншій країні, і стали успішними, а не зробили цього в нашій країні.

Це є однією з найбільших проблем, яка відбувається через нестачу робочих місць для молоді. В результаті цього ми отримуємо недостатній розвиток економіки, що є серйозним недоліком в формуванні ринку праці нашої держави, тому що потрібно звільнити робочі місця, які займають, наприклад, пенсіонери, для молоді, так як молоді люди більш пристосовані до новітніх технологій, знайомі з новими видами обладнання. Для того, щоб поліпшити ситуацію на ринку праці, в першу чергу, державі треба розпочати політику в двох напрямках: сприяти працевлаштуванню та підтримці молоді в зайнятості. Тобто держава має залучитись до вирішення цієї проблеми. Так, у січні 2013 року набрав чинності закон «Про зайнятість населення». Згідно з ним студенти, які здобули професії «кваліфікований робітник», «молодший спеціаліст», «бакалавр», «спеціаліст» і продовжують навчатися на наступному кваліфікаційному рівні, їм надано право проходити стажування за спеціальністю. Найбільшим плюсом для молоді є запис про проходження стажування до трудової книжки [4].

Таким чином, у сучасних умовах необхідно підтримувати ініціативу молоді щодо професійної підготовки та працевлаштування, заохочувати її до активного пошуку роботи й отримання спеціальності, що користується попитом на ринку праці. Від збільшення рівня безробіття страждає не тільки молоді, а й економіка в цілому. Невикористаний потенціал має вирішальне значення для багатьох держав, що розвиваються, з великим відсотком молоді серед населення. Треба негайно вирішувати проблему недостатньої зайнятості молоді: держава має подбати про створення стабільності й захищеності для молоді, створити умови, які сприяють залученню й закріпленню молодих фахівців на виробництві, також створити нові робочі місця і можливість реалізувати свої знання та вміння.

Список використаних джерел:

1. Королевська Н. Молодіжне безробіття – загальносвітова проблема, що потребує пошуку спільного рішення. - [Електронний ресурс] / Режим доступу <http://mlsp.gov.ua/>
2. Державна служба зайнятості - [Електронний ресурс] / Режим доступу <http://www.dcz.gov.ua/>
3. Бандур С. І. Модернізація економіки як чинник трансформації структури зайнятості населення / С. І. Бандур //Ринок праці та зайнятість населення - 2011.- 2 (27). - С. 3-6
4. Молодіжне безробіття: втрачене покоління? -[Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/>

Безробіття молоді, як соціально-економічна проблема України

Проблема безробіття молоді, на сучасному етапі розвитку української держави та її економіки, є досить актуальною, оскільки поглиблюються економічні та соціальні протиріччя, які тісно пов'язані з низкою поточних і стратегічних проблем. Одним із найскладніших соціально-економічних питань України за умов трансформації ринкової економіки є формування національного ринку праці. Процеси трансформації одночасно супроводжуються підвищенням рівня безробіття, розвитком вимушеної, неформальної зайнятості. Ці умови особливо актуальні для молоді в період кризи.

Безробіття та методи вирішення цієї проблеми досліджували видатні світові вчені: О. А. Грішнова, Е. М. Лібанова, Ю. М. Маршавін, В. В. Онікієнко, саме вони серед вітчизняних економістів вивчали сучасні теорії безробіття.

Метою дослідження є виявлення та систематизація основних проблем безробіття молоді та пропозицій щодо їх вирішення за допомогою виваженої державної політики.

Однією із найважливіших та найскладніших задач, що стосується як теоретичної, так практичної площини даного питання, є проблема безробіття молоді. Оскільки на ринку праці для молоді виникають проблеми викликані особливим соціальним станом і трудовою поведінкою, підвищеними вимогами до умов працевлаштування та праці. Порівняно з іншими віковими групами молоді має великі переваги: у них кращі показники фізичного здоров'я, високий загальноосвітній рівень та більший період працездатності. Водночас вони найбільше із всіх вікових груп страждають через відсутність робочих місць. Демографічну структуру ринку праці майже на чверть займають молоді люди таких груп: випускники загальноосвітніх шкіл, професійно-технічних та вищих навчальних закладів, військовослужбовці звільнені з строкової служби, жінки, які перебували у відпустці по догляду за дітьми та інші (звільнені у зв'язку із плінністю кадрів, молоді незайнята понад рік та ін.)[1]. Молоді люди, які після закінчення вищих навчальних закладів не може працевлаштуватися, становить більшу частину безробітної молоді. Визначальні чинники у зайнятості молоді є освіта та професійна підготовка. Але на ринку праці існують тенденції в яких з одного боку молодим людям притаманний високий рівень освіти в порівнянні зі старшими поколіннями, а з іншого все більше молодого покоління з'являючись на ринку праці не мають не тільки професійної освіти, але й повної середньої. Однак зазвичай рівень освіти не являється гарантом успішного працевлаштування та страхуванням від втрати робочого місця. Оскільки молоді люди при влаштуванні на роботу проходять випробувальний термін, а як відомо на даному етапі економічного розвитку країни поширена тенденція, за якої в період кризи скорочують робітників, які перебувають на випробувальному терміні, тому що їм не потрібно виплачувати компенсацію в розмірі двох заробітних плат, досить просто повідомити що він не пройшов випробувальний термін.[1]

Ще одним важливим чинником працевлаштування молоді є універсальність та комунікабельність. Працівники, які можуть виконувати не характерні для своєї професії функції, тобто роботодавцям потрібні особи, здатні працювати в стресовій та неформальній ситуації, нажалі молоде покоління наразі не належить до такої категорії працівників [2, ст. 23-25]

Досить важливим аспектом безробіття молоді є швидка зміна вимог шукачів робочих і потреби та пропозиції роботодавців. Саме нестача професіоналів у певних сферах ринку спричиняє дану ситуацію.

На даний час на ринку праці найбільше користуються попитом у роботодавців спеціалісти у сферах: високих технологій (ІТ-спеціалісти, інженери, кваліфіковані керівники (гостра нестача топ-менеджерів), менеджери із закупок та продаж, маркетологи, програмісти бізнес-тренери, працівники сфери харчування, сфери послуг та ресторанного бізнесу, спеціалісти в галузі страхування. фахівцями на 2018 рік були працівники краєзнавці, бухгалтери, юристи, економісти, банківські працівники.[3]

Слід відзначити, що молодіжному ринку праці властиві дві протилежні тенденції. З одного боку – недостатність робочих місць на загальнонаціональному та регіональних ринках праці, переважання пропозиції молодіжної робочої сили над попитом, невідповідність чи недостатність пропонованих умінь та навичок молодих спеціалістів вимогам роботодавців, знецінення матеріальних стимулів праці в офіційному секторі. Все це призводить до поширення в молодіжному середовищі таких форм трудової адаптації, як нерегламентована зайнятість, само зайнятість, зовнішня трудова міграція тощо. З іншого боку – значній частині молоді наймолодшої вікової групи (15-19 років) властива невизначеність щодо подальших планів, несамостійність у прийнятті рішень, орієнтація на думку та фінансові можливості батьків чи близьких родичів, орієнтація не на здобуття конкретної спеціальності, робота за якою в подальшому має задовольнити матеріальні та духовні потреби, а лише на отримання диплома про освіту [3].

Найвищий рівень безробіття (за методологією МОП) у 2018 р. спостерігався серед молоді віком 15-24 років, що відповідно складає 29% до кількості економічно активного населення молоді віком 15-24 років. За різними оцінками, станом на 2018 рік рівень безробіття серед людей віком від 18 - 25 років коливається від 21% - 30,5% [3].

Молоді як окремій категорії населення, яка потребує соціального захисту, надана можливість за сприяння державної служби зайнятості працевлаштовуватися на підприємствах, в установах і організаціях на заброньовані робочі місця. На листопад 2018 року було заброньовано майже 56 тис. робочих місць [3].

Дієвою форою підтримки молодіжної зайнятості стало працевлаштування молодих безробітних громадян шляхом надання роботодавцю дотацій. Це стимулює роботодавців взяти на роботу молоді людини, протягом року навчити, а служба зайнятості цілий рік виплачуватиме такому працевлаштованому заробітну плату. За цей час молода людина може стати фахівцем та закріпитися на виробництві. Протягом 2018 року на дотаційних робочих місцях працювало 36,7 тис. осіб [3].

Отже, ринок праці перебуває в процесі своєї трансформації і має певні недоліки у своїй системі працевлаштування. Щоб вирішити всі проблеми необхідно із приведення трудового законодавства України згідно вимог ринкової економіки та розвитку потрібних для цього відповідних інститутів.

Враховуючи всі вище наведені особливості ринку, слід зазначити, що основні напрямки вдосконалення політичних програм щодо зайнятості безробітної молоді є:

1. Активізація процесу пошуку робочих місць безробітним молодим особам;
2. Для збалансування попиту та пропозиції на ринку праці, необхідно визначити потреби тривалої перспективи для прогнозування попиту на спеціалістів у певних галузях;
3. Налагодити співпрацю роботодавців та навчальних закладів;
4. Державне забезпечення першого працевлаштування молоді.

Втілення наведених мною пропозицій сприятиме не тільки працевлаштуванню молодого покоління, але й вдосконаленню інститутів оплати праці та поліпшенню економічної ситуації на ринку праці України.

Список використаних джерел:

1. Онікієнко В. В. Молодіжний ринок праці України : проблеми та шляхи вирішення / В. В. Онікієнка, Л. Г. Ткаченко; Рада по вивченню продуктивних сил України, Український ін-т соціальних досліджень. – К., 2003. – 160 с.
2. Родіонова Г. О. Проблеми працевлаштування молоді на ринку праці України : [Електронний ресурс] / О. Г. Родіонова, А. В. Кретова. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/2_KAND_2008/Economics/26087.doc.htm
3. Державна служба зайнятості : [Електронний ресурс] : офіційний сайт. – Режим доступу : <https://www.dcz.gov.ua/analytics/684>. Волкова Н. В. Політика держави щодо зайнятості молоді та її ефективність : [Електронний ресурс] / Н. В. Волкова // Науково-теоретичний журнал Дніпропетровської державної фінансової академії. – 2010. – № 1 (23). – С. 26-32. – Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN Soc_Gum/Vddfa/%202010_1/Volkova.pdf
4. Маршавін Ю. М. Сучасні проблеми ринку праці України / Ю. М. Маршавін // Праця і зарплата. – 2010. – № 14 (690). – С. 6-7.
5. Ринок праці 2009 // Праця і зарплата. – 2010. – № 3. – С. 8-9.
6. Державний комітет статистики : [Електронний ресурс] : офіційний сайт. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Анна Колісник,

наук.кер. – Власова Т.Р.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,

м. Чернівці

Причини та наслідки інфляційних процесів в Україні

Складна економічна ситуація та політична нестабільність в Україні, які спостерігаються останніми роками, в першу чергу, позначаються на стані її соціально-економічного розвитку, що зумовлює підвищення рівня інфляції в порівнянні з попередніми періодами та, відповідно, призводить до виникнення негативних наслідків. Інфляція є однією з найбільш гострих проблем економіки більшості країн світу. Соціально-економічні наслідки підвищення рівня інфляції впливають практично на всі сфери життя суспільства. Під інфляцією в економічній науці розуміють процес знецінення грошової маси, що відбувається внаслідок надмірної емісії грошей і супроводжується зростанням споживчих цін. Але зростання цін – це лише форма прояву інфляційних процесів, а не глибинна сутність і причина [1, с.264]. Звертаючи увагу на те, що на формування інфляційних процесів впливають як внутрішні, так і зовнішні фактори, інфляція – це, в першу чергу, наслідок порушення економічної рівноваги в країні. Останнім часом набувають особливої актуальності для українського суспільства питання, пов'язані з визначенням причин та наслідків підвищення рівня інфляції, формуванням профілактичних заходів щодо знецінення грошей та стабілізації національної економіки.

Аналіз показників 2016 р. вказує на те, що індекс споживчих цін знизився до 112,4 %. Тобто ціни зростали повільніше, ніж в 2015-му році, коли товари подорожчали майже в півтора рази. Це було зумовлено насамперед збільшенням тарифів на житлово-комунальне обслуговування та цін на паливо. Починаючи з жовтня 2017 р. спад показників інфляції припинився, що пов'язано із подорожчанням сировини, наприклад, молока, погіршенням інфляційних сподівань та рішенням уряду збільшити мінімальну заробітну плату до 3,2 тис грн на початку року. Зростання цін на сирі продуктові товари уповільнилося до 1,2 % в 2016 р. насамперед через збільшення урожаю та продовольче ембарго Росії. Все це спричинило збільшення пропозиції товарів на національному ринку. Торгові санкції РФ щодо Туреччини призвели до зменшення цін на турецькі мандарини, апельсини, помідори і огірки. Проблеми та перспективи розвитку національної економіки 27 Ціни і тарифи в 2016 р. зросли на 34,6 % в річних параметрах. Інфляція на рівні 12,4 % в 2016-му є найнижчим показником за минулі три роки. У державному бюджеті 2017 р. визначено споживчу інфляцію зі значенням 8,1 %. Наслідки інфляції нерозривно пов'язані з її причинами, що, певною мірою, демонструє проведений аналіз інфляційних процесів в економіці. На цьому етапі доцільно узагальнити класифікацію явищ, причинами яких є інфляція. Більшість науковців та дослідників теоретичних і практичних аспектів інфляції пропонують поділяти її наслідки на соціальні та соціально-економічні. До соціальних наслідків в умовах істотної інфляції відносять, перш за все, зниження реальних доходів осіб, які мають їх фіксований обсяг (інфляційний податок). Це такі категорії населення як пенсіонери, студенти, особи, які отримують різні види соціальної допомоги, а також службовці та інші категорії працівників, чий дохід формується за рахунок державного бюджету [2]. Соціально-економічні наслідки інфляції виражаються у зменшенні виробництва, переході капіталу зі сфери виробництва в торгівлю та лихварство, збільшенні частки податкових ухилень, полегшенні розвитку спекуляції, відсутності індексації доходів і видачі кредитів без урахування індексу цін. Оскільки інфляція є прихованим податком, то знижуються не лише реальні доходи

населення, а й знецінюються активи зі сталим доходом. Відповідно, внаслідок цього заощадження у формі готівки або ж депозитів скорочуються та відбувається заміщення функції накопичення грошей купівлею таких благ, як, наприклад, нерухомість, дорогоцінні метали. Також знижується мотивація до інвестування довгострокових програм, оскільки такі вкладення є менш прибутковими та значно ризикованішими.

Таким чином, для економіки України проблема інфляції є гострою і потребує негайного вирішення, адже зростання цін на товари першої необхідності спричиняє негативні соціально-економічні наслідки, такими є зниження реальних прибутків населення, знецінення заощаджень. Основними формами виявлення інфляції є підвищення цін на товари і послуги, зниження курсу гривні, зниження купівельної спроможності валюти, зростання заборгованостей по кредитах. Економічні аналітики та політологи вважають, що виходом із кризової ситуації може стати впровадження в Україні комплексу антиінфляційних заходів. З цією метою потрібно: проводити послідовну антимонопольну політику та створювати для підприємств широку мережу економічної інформації; підвищити стимули до накопичення ресурсів (субсидії); змінити структуру виробництва для збільшення товарів народного споживання; стимулювати інвестиційну діяльність банків та обмежити здійснення покриття дефіциту коштів за рахунок банківського кредиту; удосконалити податкову систему [3]. Тобто, інфляція зазвичай виникає з об'єктивних причин, вона повинна стримуватися державою для забезпечення нормального функціонування економічних суб'єктів. Висновки та перспективи подальших досліджень. Процеси інфляції є складним соціально-економічним явищем, вони спричиняють стихійний перерозподіл фінансових ресурсів між категоріями населення, що негативно впливає на економіку України. У зв'язку з цим, виникає необхідність формування багаторічної програми, що буде спрямована на збільшення обсягів виробництва в аграрній галузі та індустрії, адже ці галузі, а також комунальне господарство є найближчими до споживачів, так як задовольняють їхні основні потреби.

Список використаних джерел:

1. Базилевич В. Д. Економічна теорія: політекономія : підручник / За ред. В. Д. Базилевича. – 7-ме вид., стер. – К. : Знання-Прес, 2008. – 719 с.
2. Жолудь О. Інфляція в Україні: минуле, сьогодення та майбутнє. [Електронний ресурс] / О. Жолудь. – Режим доступу : <http://voxukraine.org/2015/03/31/inflation-in-ukraine-past-present-and-futureukr/#imageclose-7561>.
3. Лесік І. М. Інфляція: причини та наслідки [Електронний ресурс] / І. М. Лесік, М. В. Данилов // Молодий вчений. – 2016. – №12.1 (40). – Режим доступу : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/12.1/195.pdf>.

Катерина Манчул,

наук. кер.- Власова Т.Р.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м.Чернівці

Шляхи підвищення конкурентоспроможності робочої сили

Подальший розвиток та інтеграція України в світовий ринок потребує формування конкурентоспроможної робочої сили. В сучасній економічній ситуації в країні спостерігається незначна тенденція до зниження безробіття, яка містить свої особливості в залежності від сфери виробництва, регіону, суб'єкта господарювання. Для забезпечення стабільного функціонування національного ринку праці необхідно вирішити низку завдань, основним з яких є підвищення попиту на робочу силу. Для цього необхідно зробити її високоякісною і конкурентоспроможною. Такий перебіг подій може вивести країну на кращий рівень економічного розвитку.

Якщо враховувати, що ринок праці нині є одним з основних важелів впливу на економіку України, то його вдосконалення призведе до покращення економічної ситуації країни у цілому. До проблем сучасного ринку праці в Україні можемо віднести й високі обсяги прихованого безробіття, постійну депопуляцію та загальне старіння населення, що призводить до скорочення чисельності трудового потенціалу України [1, с.60–61].

Так поява надлишкової пропозиції робочої сили призводить до загострення конкуренції на ринку праці, що, в свою чергу, обумовлює необхідність визначення загальних підходів до виявлення основних факторів формування і шляхів підвищення конкурентоспроможності робочої сили.

Кількість і якість – це основні ознаки, за якими можна охарактеризувати робочу силу та її здатність до конкуренції. Якісні показники робочої сили це – професія, стаж, вік, знання мов та інші. Кількісні показники це: продуктивність та ефективність праці, витрати робочого часу на виконання основної роботи, якість виготовленої продукції, затрати ресурсів, тощо.

Основними факторами, які впливають на сучасний стан конкурентоспроможності робочої сили є: зниження загального рівня життя більшої частини населення і ріст масштабів бідності, різке соціальне розмежування, ріст масштабів прихованого безробіття та його трансформація у відкрите [2, с.216].

Проблема безробіття є основою в українській економіці. Безробіття – це таке соціально економічне явище, коли частина економічно активного населення не може знайти застосування своїй робочій силі й стає «зайвою» [3, с.110–113]. Для того, щоб підтримати якість робочої сили на відповідному рівні, а також, щоб вона постійно розвивалася, потрібні значні витрати. Наша країна завжди мала якісну робочу силу з високим рівнем професійної освіти, з відмінними фізичними та психофізіологічними характеристиками. Але останнім часом працездатне населення України значно знизило свій кваліфікаційний рівень, до цього, в першу чергу, призвели системна криза в державі, анексія Криму та військові дії на сході країни, які негативно відбилися на життєдіяльності нашого суспільства. Погане харчування і медичне обслуговування, обмеженість у підвищенні кваліфікації призводять до того, що працівники втрачають свої навички. Більшість населення України, щоб якось вижити, часто займаються діяльністю, яка не відповідає їх професійній підготовці. Наприклад: вчитель або токарь вищого розряду

займаються торгівлею, при цьому вони втрачають практичний досвід. Також внутрішньо переміщене населення має значні проблеми з працевлаштуванням – робітники, які працювали в гірничодобувній галузі або на металургійних комбінатах Донецької та Луганської областей, не завжди можуть знайти роботу відповідно до своєї кваліфікації в інших регіонах країни. І хоча в нашій країні загальна потреба економіки в працівниках значно зменшилась, але на діючих підприємствах навпаки, потреба в професіоналах, робітниках які працюють з машинами, інструментами і устаткуванням, значно зростає. І цей процес залишається незмінним, оскільки система підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації в Україні знаходиться на низькому рівні.

Програми навчання нерідко застарілі, матеріально-технічна база училищ не завжди відповідає потребам підготовки висококваліфікованих робітників для сучасних технологій. Багато підприємств і організацій припинили або значно скоротили внутрішньовиробничу підготовку кадрів через брак коштів, або через недооцінку перспектив мати висококваліфікований персонал [4, с.535]. Ці проблеми впливають на конкурентоспроможність робочої сили в Україні, але вони поступово, хоча й повільно, вирішуються. На ринку праці України спостерігаються незначні, але позитивні тенденції щодо зростання зайнятості та скорочення безробіття.

За даними Державної служби статистики України, чисельність зайнятого населення за 2018 рік, порівняно з 2017 роком, зросла на 205 тис. осіб та становила 16,4 млн осіб. Рівень зайнятості зріс з 56,1% до 57,1%. Найвищий рівень зайнятості спостерігався у м. Києві (62,6%), Харківській (61,4%), Дніпропетровській (58,6%), Київській (58,5%) та Сумській (58,4%) областях, а найнижчий – у Волинській (49,5%), Донецькій (50,0%) та Луганській (51,7%) областях. За віковими групами: майже половину зайнятих громадян становлять особи віком 40-59 років, 29% – особи у віці від 30 до 39 років, 19% – у віці від 15 до 29 років. За професійними групами: 41% зайнятих становлять керівники, службовці, професіонали та фахівці, 19% – особи, що займають робочі місця, які належать до класу найпростіших професій, 17% – працівники сфери торгівлі та послуг, 12% – кваліфіковані робітники з інструментом та сільськогосподарства, 11% – робітники з обслуговування устаткування та машин [5].

В умовах стрімкого розвитку інтеграційних процесів конкурентоспроможність робочої сили стає важливою умовою ефективності міжнародних економічних відносин країни. Це стає одним з головних пріоритетів державної соціально-економічної політики.

Досліджуючи ринок праці можна виділити основні чинники, які впливають на формування конкурентоспроможності робочої сили:

- рівень соціального розвитку, який характеризує рівень розвитку виробничих сил суспільства, склад населення за віком та статтю, склад трудових ресурсів за кількістю і якістю, рівень законодавчої бази, ступінь демократизації і економічної свободи населення, модернізація бази ринку праці, розвиток біржі праці та її матеріально-технічного забезпечення, розвиток інфраструктури на виробництві та в повсякденному житті;
- демографічний, соціальний і фізичний стан суспільства характеризується за статевовіковим та сімейним станом, рівнем освіти, місцем проживання, наявністю житла та власного автотранспорту, положення в суспільстві, стану здоров'я;
- соціально-психологічний стан працівника, його звички, приналежність до певної віри, релігійність, комунікабельність, акуратність, організованість;
- розумові здібності працівників, до яких відносяться рівень професійної підготовки, можливість засвоєння нових знань, нової техніки і технологій, ділова активність, прагнення до лідерства, вміння налагоджувати ділові зв'язки, підтримувати та розвивати ділові контакти, винахідливість, неординарність у прийнятті рішень;
- особисті якості і характеристики працівників: відповідальність, врівноваженість, вміння себе контролювати, стресостійкість, комунікабельність, та інші риси характеру, знання, вміння, навички.

Підвищення конкурентоспроможності працівників можливе лише шляхом покращення характеристик вищезгаданих чинників. Таким чином, основна задача загальнонаціональної кадрової політики підвищення конкурентоздатності робочої сили полягає в забезпеченні пришвидшення процесів пристосування робочої сили до ринкового попиту, створення системи професійної перепідготовки кадрів, підготовки незайнятого населення старших вікових груп у новій сфері діяльності, навчання підприємництва, самостійному веденню господарства, організації цілеспрямованої професійної орієнтації молоді відповідно до сучасних вимог ринку та специфіки розвитку національної економіки України.

Список використаних джерел:

1. Майсюра О.М. Безробіття та наслідки його впливу на економіку країни / О.М. Майсюра / Економіка та держава. – 2010. – № 8. – с. 60–61.
2. Червінська Л.П. Економіка праці: навчальний посібник / Л.П. Червінська - К.: Центр учбової літератури, 2009.
3. Гальків Л.І. Втрати людського капіталу: чинник безробіття / Л.І. Гальків / Економіка і регіони. – 2009. – с. 110–113.
4. Грішнова О. Економіка праці та соціально-трудова відносин: підручник/ О. Грішнова. – К: Знання, 2004.
5. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua

Шляхи подолання безробіття серед молоді

Молодь – важлива складова трудового потенціалу держави. Проблема безробіття серед молоді є головною і першочерговою серед соціальних та економічних проблем ХХІ століття, оскільки одним з вагомих чинників економічного та соціального розвитку будь-якої країни є соціоцивілізаційне та професійне становлення саме молоді. Цей прошарок населення стикається з цією проблемою – проблемою безробіття в умовах ринкової економіки. Особливо ситуація ускладнюється в умовах нестабільності та занепаду.

Саме молодь потребує державного захисту, адже є джерелом поповнення населення. Проблема безробіття молоді потребує якнайшвидшого і невідкладного розв'язання, адже це спричинить послаблення життєвого рівня, зростання тіньової зайнятості, збільшення трудової міграції, втрату мотивації до праці.

Дані Міжнародної організації праці свідчать про те, що проблема зайнятості та працевлаштування молоді набула глобальних масштабів. Незважаючи на поступове відновлення економіки, безробіття серед молодих людей продовжує зростати. Україна не є у цьому винятком, а соціально - економічні проблеми регіонів мають загрозливий характер і впливають на розвиток трудового потенціалу держави [1].

Згідно з українським законодавством, громадяни України віком від 14 до 35 років вважаються молоддю. У країнах ЄС нижню межу молоді встановлено на рівні 15 років, а верхню – 24 років [2]. Цей сегмент є дуже вразливою суспільною категорією. Не сформовані психічно, морально, соціально, особистості, які пристосовуються до економічних змін значно гірше, ніж старші люди. Проте, саме така категорія, може забезпечити країні розвиток як і в науково-технічному прогресі, так і її розвитку в цілому.

В Україні зростання безробіття в 2018 році спровоковане жорсткою економічною політикою. Як результат - закриття підприємств, падіння цілих галузей. Фінансова криза, яка стала соціально-економічною кризою, призвела до різкого зростання безробіття серед молоді у світі і збільшила недовіру молодих людей до інститутів, урядів та корпорацій.

Більш як 1,2 млрд. осіб у світі – це молодь у віці від 15 до 24 років. За даними Всесвітнього економічного форуму, 357 млн. з них ніде не навчалися і не працювали. Ця цифра продовжує зростати [3]. Серед причин молодіжного безробіття в Україні можна виділити такі: небажання роботодавців приймати на роботу недосвідчену та некваліфіковану молодь; відсутність дійових стимулів для роботодавців при працевлаштуванні молоді; суттєвий розрив між програмами навчання у ВНЗ і потребами підприємств; низькі офіційні зарплати для молодих працівників, які пропонуються на робочих вакансіях, і, відповідно, небажання молоді їх заповнювати; високий рівень корупції при влаштуванні на «престижні» вакансії, особливо в державних установах і на великих підприємствах [2].

Шляхи подолання проблеми – це створення активного попиту на працю людей віком від 15 до 24 років, з одночасною гідною пропозицією [4]. Для усунення наслідків безробіття та його попередження в майбутньому необхідно зробити наступне: налагодити тісні зв'язки співпраці молоді та роботодавців; створити більше робочих місць; за гідну роботу – гідну зарплату; створити систему професійної орієнтацію, яка б підготовлювала молодь до умов ринку праці, виховувала відчуття відповідальності та чесності; сприяти організації та реалізації власних креативних проектів (стартапів) тощо.

Проблема безробіття серед молоді є однією з вагомих на сучасному етапі формування та розвитку ринку праці. Основними шляхами її подолання в Україні є наступні: встановлення рівноваги між гнучкістю ринку праці та захищеності працівників; створення таких економічних умов, які б заохочували роботодавців брати на роботу молодих, недосвідчених і некваліфікованих працівників; створення молодіжних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Міжнародна організація праці. Молодіжне безробіття [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ilo.org/global/topics/youthemployment/langen/index.htm>
2. Яценко Н.М. Молодіжне безробіття в контексті національної економіки / Н.М. Яценко, О.О. Попадюк, Я.Ю. Яковенко // Актуальні проблеми молоді в сучасних соціально-економічних умовах: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 21-22 березня 2012 року. – Житомир: ПП «ДжівіЕс», 2012. – 461с.
3. Українська правда. Економічна правда Молодіжне безробіття: втрачене покоління [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.epravda.com.ua/news/2012/03/16/318783/view_print
4. Проблеми молодіжного безробіття та шляхи його подолання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.cvu.dn.ua/ project/problemi-molodizhnogo-bezrobittya-ta-shlyahi-yogo-podolannya](http://www.cvu.dn.ua/project/problemi-molodizhnogo-bezrobittya-ta-shlyahi-yogo-podolannya)

Проблеми створення сприятливого інвестиційного клімату для іноземних інвесторів

Питання інвестиційного клімату в Україні є досить актуальним на сьогоднішній день. Оскільки сучасна українська економіка, уражена кризою, не може забезпечити належного рівня залучення інвестицій як усередині країни, так і їх припливу з-за кордону. Пояснити таке явище можна шляхом

виділення проблем формування сприятливого інвестиційного клімату, дослідження основних принципів і особистостей залучення інвестицій, процесу вдосконалення нормативно-правової бази і забезпечення її стабільності, створення відповідних гарантій захисту інвесторів та їх капіталів.

Будь-який розвиток економіки неможливий без залучення іноземних інвестицій. Іноземні інвестиції забезпечують приплив додаткового обсягу капіталу та трансформацією сучасних технологій, методів управління. Інвестування позитивно впливає на розвиток бізнесу, підвищення якості продукції, також покращує якість життя населення.

Щоб активізувати інвестиційну діяльність в Україні, потрібно залучити іноземних спонсорів, реалізувати спільні проекти для вирішення завдань структурної трансформації економіки, впровадити у виробництво нові технології щоб підвищити конкурентоспроможність українських товарів на ринку [1, с. 62]. Іноземні інвестиції відіграють велику роль у розвитку національної економіки.

Як показують результати розвитку багатьох країн (США, Німеччини, Франції, Японії, Китаю та ін.), каталізатором інвестиційної активності був саме іноземний капітал, який відіграв провідну роль у розвитку та структурній перебудові економіки [2, с. 30]. Метою залучення прямих іноземних інвестицій може бути пошук: резервів підвищення ефективності, нових ринків, нових або стратегічних ресурсів. Притік прямих іноземних інвестицій може сприяти економічному зростанню за рахунок підтримки експорту країни. Якщо місцеві фірми постачають ресурси філіям закордонних фірм для виробництва продукції на експорт, то додана вартість експорту такої країни зростатиме [3].

До України, як до потенційного ринку інвестиції, прикута увага світових вкладників. Інститути різного спрямування на основі своїх дослідження інформують світову спільноту про інвестиційну привабливість нашої країни. Україна є привабливим варіантом інвестування з цілого ряду причин, включаючи великий споживчий ринок, високу освіченість, конкурентоспроможність робочої сили та багаті природні ресурси.

Інвестори, які планують вкласти кошти, докладно і всебічно аналізують ступінь привабливості країни, того чи підходить, регіон, перевіряють всі ризики та ймовірну вигоду від вкладання власних коштів. За даними статистичного відомства, за 2019 рік надійшло акціонерного капіталу нерезидентів на суму 2 869,9 млн. доларів. Однак за цей період вибуло капіталу на 968,1 млн. доларів, інші зміни вартості капіталу склали 1 216,3 млн. доларів [4]

В Україні досить великою проблемою є корупція в судовій системі, погана інфраструктура, також слабкий захист прав власності. Тим паче в нашій країні досить велика міграція за кордон. Розміщення прямих іноземних інвестицій в Україні характеризується наявністю значного потенціалу для іноземних інвесторів, проте існує ряд проблем, що стримують приплив іноземних інвестицій: інфляція; нестабільність курсу гривні по відношенню до іноземних валют; недосконалість нормативно-правової бази; високий рівень оподаткування та зовнішньоторговельних мит.

Учені та підприємці стверджують, що в Україні досі немає умов необхідних для залучення іноземних інвесторів. В 2017 р. приплив прямих іноземних інвестицій впав більш ніж удвічі порівняно з 2016-м. На 2018 ситуація трохи покращилась [5]. Протягом 2018 року інвестиції в українську економіку надходять зі 133 країн. Країни ЄС інвестували 578726,4 млн. дол. США (77.4% загального акціонерного капіталу) [6]. За станом на 1 січня 2019 р. країни ЄС є найбільшими інвесторами в економіку України, вони вклали 24 743 млн. доларів, у тому числі Кіпр – 8 880 млн. доларів, Нідерланди - 7 061 млн. доларів, Велика Британія - 1 956 млн. доларів, Німеччина - 1 668 млн. доларів [7].

З метою пошуку життєздатних механізмів залучення іноземних інвестицій в Україну уряд регулярно проводить бізнес-форуми з участю іноземних інвесторів. Зазначені заходи мають сприяти поліпшенню інвестиційного іміджу України та забезпеченню зростання обсягів іноземних інвестицій та капітальних інвестицій в економіку держави. Для покращення інвестиційного клімату України, на нашу думку, потрібно поліпшити податковий клімат шляхом реформування системи податкових стимулів та спрощення процедури сплати податків.

Виходячи з вищесказаного, можна стверджувати, що Україна потенційно може бути однією з провідних країн за залученням інвестицій. Країна багата на природні ресурси, кваліфіковану робочу силу, має значний науково-технічний потенціал, наявну інфраструктуру, потужну виробничу базу. Однак Україна має досить негативний інвестиційний імідж, зумовлений політичними факторами, тому непомітним залишається те, що держава за останні роки зробила відчутні кроки в напрямку інтеграції у світову економіку.

Список використаних джерел:

1. Бондар І. Р. Проблеми залучення іноземних інвестицій в Україну на сучасності етапі / І. Р. Бондар // Регіональна економіка. - 2009. - № 4. - С. 62-71.
2. Бутняров А. сприятливі інвестиційний клімат країни - запорука Залучення іноземних інвестицій / А. Бутняров // Ринок цінних паперів України. - 2008. - № 3-4. - С. 29-32.
3. «Скільки іноземних інвестицій надійшло в Україну в 2010-2018 роках» / [Електронний ресурс]. - Режим до доступу: <https://www.slovovidilo.ua/2018/08/31/infografika/ekonomika/skilky-inozemnyx-investycij-nadijshlo-ukrayinu-2010-2018-rokax>
4. «Інвестиції в Україну» / [Електронний ресурс]. - Режим до доступу до сайту: <https://www.rbc.ua/ukr/news/gosstat-nazval-strany-lidery-investitsiyam-1551374343.html>
5. «Чи справді прямі іноземні інвестиції бувають шкідливими для економіки» / [Електронний ресурс]. - Режим до доступу до сайту : <https://voxukraine.org/uk/doslidzhennya-chi-spravdi-pryami-inozemni-investitsiyi-buvayut-shkidlivimi-dlya-ekonomiki/>
6. «Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності за 2018 рік» / [Електронний ресурс]. - Режим до доступу до сайту : <http://www.ukrstat.gov.ua>
7. «Інвестиції в Україну» / [Електронний ресурс]. - Режим до доступу до сайту: <https://www.rbc.ua/ukr/news/gosstat-nazval-strany-lidery-investitsiyam-1551374343.html>

Критерії оцінки якості життя населення України

У сучасних умовах економічного розвитку пріоритетного значення набуває досягнення високого рівня і якості життя населення, оскільки від ступеня задоволеності його основних потреб безпосередньо залежать кваліфікаційні характеристики робочої сили і процес її відтворення, політична і соціальна активність громадян.

Численні дослідження довели, що домінантним фактором економічного розвитку сучасності є аж ніяк не техніка і технологія, а людський капітал, на частку якого припадає за різними оцінками більше половини створеного ВВП. Забезпечуючи високі темпи економічного розвитку, людський капітал сам є його результатом – якісні характеристики людського капіталу можуть бути сформовані лише на основі всебічного задоволення матеріальних, духовних і соціальних потреб його носіїв. Рівень життя населення також відіграє важливу роль в забезпеченні згуртованості суспільства і встановлення соціального порядку як одного з факторів розвитку. Ще А. Маслоу і К. Альдерфер встановили, що впевненість в своїх силах, самоповага, почуття власної потрібності для інших людей і суспільства в цілому виникають тільки тоді, коли фізичні потреби людини задовольняються на достатньому рівні [1].

Протягом історії розвитку економічної думки вчені в тій або іншій мірі порушували питання відтворення робочої сили, формування фонду життєвих засобів, впливу рівня доходів на ринковий попит і загальну господарську кон'юнктуру. такі видатні теоретики минулого, як В. Петті, Ф. Кене, А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. С. Мілль, К. Маркс, А. Маршалл, В. Парето, Е. Енгель, А. Пігу і цілий ряд інших, розглядали джерела підвищення рівня життя населення, робили спроби визначити його вплив на загальний хід економічного прогресу. Цікавим у цьому зв'язку є висловлювання А. Маршалла про проблему визначення категорії «насушні життєві кошти». Намагаючись відповісти на питання про те, які конкретно потреби є необхідними в задоволенні, а які менш обов'язковими, вчений приходив до висновку, що «кожному виду праці, в будь-яку епоху і в будь-якому районі, властивий, з одного боку, більш-менш чітко визначений дохід, необхідний тільки для підтримки існування робітників даної професії, а з іншого боку – більш високий дохід, який необхідний для забезпечення продуктивності їхньої праці». Виходячи з такого розуміння рівня життя, його критеріями стали ті показники, які відображали рівень доходів, що дозволяють людині забезпечити гідні умови існування. Серед всіх наявних показників, в тій чи іншій мірі відображають рівень матеріального добробуту, найбільшого поширення набув ВВП, розрахований на душу населення. Єдина для всіх методика обчислення даного показника дозволяла оцінювати як рівень доходів середньостатистичного громадянина країни, так і проводити порівняння між країнами [2]. Один з варіантів системи показників рівня життя населення в міжнародній статистиці ООН був розроблений в 1978 р і містив 12 основних груп показників: народжуваність, смертність і інші демографічні індикатори; санітарно-гігієнічні умови життя; споживання продовольчих товарів; житлові умови; освіта і культура; умови праці та зайнятості; доходи і витрати населення; вартість життя і споживчі ціни; транспортні засоби; організація відпочинку; соціальне забезпечення; свобода людини.

Згідно з рейтингом, проведеним в 2018 році, найпозитивнішими сторонами ведення бізнесу в Україні є доступ до кредитів (29-те місце), отримання дозволів на будівництво (35-те місце), сплата податків (43-те місце). За швидкістю і процедурами відкриття бізнесу Україна посідає 52-ге місце, реєстрації майна – 64-те місце, захисту міноритарних акціонерів – 81-ше місце, виконання контрактів – 82-ге місце, зовнішньої торгівлі – 119-те місце, підключення до електромереж – 128-ме місце, процедурою банкрутства – 149-те місце. Україна отримала 6 балів з 10 і віднесена до країн із «переважно невиліною» пресою [3].

ООН опублікувала звіт Human Development Indices and Indicators, в якому Україна посіла 88 місце серед 189 країн. Згідно з рейтингом ООН, індекс людського розвитку в Україні 0.751, очікувана тривалість життя в Україні 72 роки, очікувана тривалість навчання 15 років, а середня – 11, 3 роки.

В Україні, згідно з рейтингом, 77-е місце – за рівнем адаптації технологій, 110-е місце – за рівнем розвитку державних інститутів, 131-е місце – за рівнем макроекономічної стабільності, 94-е місце – за станом охорони здоров'я, 58-е – за рівнем інноваційних можливостей, 46-е – за рівнем освіти, 66-е – ринком праці.

Ще більш несподівані результати демонструє рейтинг країн за показниками задоволеності життя. Україна, що має в представленій вибірці найнижчі показники по ВВП і ВНД на душу населення, випереджає США в рейтингу за ступенем задоволеності життям.

Дослідження сутності категорій «рівень життя» і «якість життя» показало, що цілий ряд описують ці поняття змінних різняться в різних країнах і в різних культурах. В силу цього в понятті якості життя повинні відображатися всі умови існування людини – і ті, які залежать від розвитку його потреб, і ті, які зумовлені особистими уявленнями і оцінками власного життя. Відповідно, вимірником якості життя не може служити один інтегральний статистичний показник. Оцінювання повинно базуватися на системі різних кількісних і якісних індикаторів, що відображають як об'єктивні параметри розвитку, так і їх суб'єктивні характеристики, побудовані на оцінці сприйняття людьми свого положення в залежності від культурних особливостей, системи цінностей і соціальних стандартів, прийнятих в тому чи іншому суспільстві.

Список використаних джерел:

1. Маслоу, А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – М. : Психология, 2010. – 124 с.
2. Мазур О. Є. Динаміка споживчого попиту в Україні / О. Є. Мазур // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – Випуск 4. – С.33–37.
3. Фонд підтримки винаходів Мінекономрозвитку. Україна в міжнародних рейтингах [Електронний ресурс]. – Режим <https://www.sfii.gov.ua/україна-в-міжнародних-рейтингах/>

Зовнішня трудова міграція в Україні

Під трудовою міграцією розуміють переміщення особи з метою тимчасового працевлаштування, що супроводжується перетинанням державного кордону (зовнішня трудова міграція) або меж адміністративно-територіальних одиниць держави (внутрішня трудова міграція) [1, с. 478].

Виникає питання чому так багато українців виїжджають з країни. На нашу думку, народ, а особливо молодь, шукає кращих умов для життя і власного існування. Також можна помітити такий факт, як «молодшання» української еміграції. Цей процес пов'язаний з тим, що діти після завершення навчання в Україні приєднувалися до своїх батьків, які вже тривалий час перебували за кордоном. Велика частка припадає на громадян, які виїжджають за кордон з метою навчання. І важко не помітити, що з кожним роком ця частка стає все більшою. До того ж, є низка зарубіжних країн, які пропонують програми для українських студентів з хорошими умовами.

Основна модель міграції наразі є «тимчасовою, циркулярною», тобто періодично повторювана трудова міграція. Мотивом міграції є значно вища заробітна плата, ніж в Україні. А, відповідно, головним результатом трудової міграції є зароблені за кордоном кошти.

Заробітки для мігрантів відіграють важливу роль, оскільки вони здатні підвищити добробут домогосподарств і запобігти бідності. І, звичайно ж, не можна упустити й суттєве економічне значення, адже це забезпечує приплив валюти в країні, підвищує споживчий попит, використовуючись як інвестиції. Але сумно те, що тут, в Україні, ми можемо спостерігати дефіцит працівників. Впродовж 2015-2017 років за кордоном з метою заробітку перебувало 1,3 млн. українських громадян, що на 100 тис. більше, ніж у 2010-2012 роках. За одними даними щороку за кордоном працює від 1 до 3 млн. українців, а за іншими - від 2 до 7 млн. осіб [3, с.13]. Згідно з даними ООН «до 2050 року населення України може скоротитися на 18%, до 36 млн. осіб, країна ризикує остаточно перетворитися на край людей похилого віку і дітей.

За даними НБУ у 2019 році прогнозується уповільнення трудової міграції з України. Протягом останніх років – 2017 та 2018 – міграція відносно стабілізувалася. Зростання її припинилося або значною мірою уповільнилося у порівнянні зі сплеском 2014-2015 років. За даними Інституту демографії соціальних досліджень Національної академії наук України, чисельність працездатного населення України у віці від 20 до 64 років до 2030 року зменшиться на три мільйони людей. Ще є смертність і негативне сальдо народжуваності. Що із цим робити та де брати людей, які будуть працювати в Україні? Відповідь дати важко [4]. Основним питанням є чому ж, все-таки, відбуваються ці зовнішні міграційні процеси в Україні? Вони напряму залежать від факторів впливу на міжнародну міграцію. Якщо опиратись на теорію факторів «тяжіння-відштовхування» англійського вченого Е. Ровенштайна, то міграція відбувається задля кращих умов проживання. Загалом виділяють 5 груп факторів: економічні, соціальні, культурні, політичні, екологічні.

Основними факторами «тяжіння» є висока якість життя за кордоном, висока заробітна плата, можливість професійної самореалізації, стабільна політична система та високоякісна освіта [5, с. 123]. Визначальними серед факторів «відштовхування» є економічний, зокрема низький рівень оплати праці. Ще одним не менш важливим фактором зовнішньої трудової міграції є ситуація на ринку праці, а саме рівень безробіття та кількість наявних робочих місць. Як ми знаємо, падіння курсу національної валюти позначилось критичним зменшенням розмірів, знову ж таки, заробітної плати і це теж сприяло міграційним процесам.

Необхідно зазначити, що зовнішня трудова міграція має як негативні, так і позитивні наслідки для України. Негативними, насамперед, є втрата власної робочої сили, яка є досить високо розвинутою і висококваліфікованою. Зрозуміло, що українці не їдуть з порожніми кишенями в іншу країну, вони беруть з собою свої заощадження (а більшість українців, як ми знаємо, тримають гроші в доларах США) і, таким чином, Україна втрачає іноземну валюту. Також міграція негативно позначається на сімейних відносинах через довготривалу відсутність членів сім'ї. А ще доволі часто виникають міжнаціональні конфлікти та зростає соціальна напруженість. До позитивних ж наслідків можна віднести зменшення цієї напруги на ринку праці, надходження додаткової іноземної валюти до України від трудових мігрантів, а також певні інвестиції в економіку нашої країни. Ще одним плюсом є можливість українців проявити свої здібності за кордоном, підвищити працездатність, навички та рівень кваліфікації [6, с. 124].

На жаль, зовнішня трудова міграція останніми роками набирає все більших обертів. Щоб припинити цей процес, слід створити, в першу чергу, гідний рівень оплати праці, реформувати наявну систему освіти задля здобуття якісної освіти, підвищити соціальні стандарти і соціальну захищеність трудового потенціалу, створити сприятливі умови для ведення бізнесу і цей перелік можна продовжувати. Таким чином, можна дійти висновку, що у найближчому майбутньому обсяги трудової міграції зберігатимуться на існуючому рівні, а у випадку продовження спаду в економіці, кількість виїжджаючих за кордон «заробітчан» зростатиме.

Список використаних джерел:

1. Капітан В. Трудова міграція як аспект проблеми зайнятості в Україні / В. Капітан // Ефективність державного управління. – 2012.
2. Зовнішні трудові міграції населення України / За наук. ред. Лібанової Е., Позняка О. – К. : РВПС України, 2002.
3. Бурік М. Стан і тенденції розвитку освіти України в умовах глобалізації. К.: "Четверта хвиля", 2007. - 48с.
4. Інтерв'ю Ірини Сушко і Катерини Кульчицької. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <https://www.radiosvoboda.org/a/donbas-realii--mihracija/29826553.html>
5. Ляшенко О. Особливості трудової міграції України / О. Ляшенко, Ю. Шампанюк // Молодий вчений. – 2016.

Суть поняття «мотивація праці»: підходи до визначення

Розвиток мотиваційного потенціалу персоналу є нагальним питанням для підприємств. Їхня ділова активність значно послаблена через соціально-економічні кризові явища в Україні, відсутність механізму регулювання ринку праці, зниження ефективності системи менеджменту суб'єктів господарювання торговельної сфери. Підприємства почали орієнтуватися на платоспроможний попит споживачів, що зумовило необхідність активізувати трудові ресурси, підвищити якість їхнього управління та розвиток у порівнянні зі зростаючими змінами зовнішнього середовища. Мотивацію слід розуміти як сукупність внутрішніх стимулів людей до трудової діяльності. Проте, єдиного конкретного визначення мотивації праці на сьогодні немає. Усі вчені, які займалися дослідженням цього питання, по-різному трактували сутність та значення мотиваційного потенціалу. Одні вважали, що мотивація – це, насамперед, матеріальне стимулювання праці, а інші – були прихильниками концепції, що успішне мотивування працівників на підприємстві залежить від багатьох чинників [1, с. 12]. Доцільно поділити усі підходи до визначення сутності мотивації на дві групи: матеріальну та нематеріальну. Матеріальна мотивація розглядається як будь-яке заохочення працівників за допомогою грошових коштів. Ще за часів Адама Сміта традиційно вважалося, що якщо працівник отримує плату за свою працю, значить, він повинен бути задоволений. Було добре відомо, що можна навмисно впливати на людей для успішного виконання завдань організації. До прихильників даної групи можна віднести таких науковців, як Тейлор Ф., Гілбрет Л. і Емерсон Г. Вивчаючи особливості виробничих процесів, вони дійшли висновку, що поняття мотивації слід розглядати як систему матеріальних стимулів, основним з яких є винагорода, яка повинна виплачуватися одразу після роботи для того, щоб забезпечити належний ефект діяльності підприємства. Необхідно також звернути увагу на теорію мотивації Портера Л. та Лоулера Е. Вони вважали, що для досягнення бажаного результату та поставленої мети потрібно стимулювати персонал за рахунок такої винагороди, яка б відповідала їхнім втраченим зусиллям, особистісним якостям та здібностям [2, с.26].

Питання організації та оплати праці як матеріального стимулювання працівників широко вивчали багато вчених-економістів, серед яких П.Ю. Буряк, О.І. Гадзевич, О.А. Грішнова, О.В. Калина. Вони виступають прихильниками концепції, що саме заробітна плата як соціально-економічна категорія, з одного боку, є основним джерелом грошових доходів працівників, а з іншого – її правильна організація зацікавлює працівників підвищувати ефективність виробництва, а, відтак, безпосередньо впливає на темпи й масштаби соціально-економічного розвитку країни. Результати досліджень свідчать про те, що оплата праці є необхідною, але є недостатньою умовою мотивації та підходи різних вчених, які до неї належать. Зокрема, Багієв Н. визначає мотивацію як процес інтенсифікації мотивів індивідуума або їх групи з метою активізації їх дій з ухвалення рішення про задоволення якоїсь потреби. Кураков Л. виділяє сутність мотивації як спонукання суб'єкта до діяльності в ім'я досягнення яких-небудь цілей, наявність інтересу до такої діяльності і способи його ініціації. Ряд науковців, таких як Райзберг Б., Лозовський Л., Стародубцева Е. розділяють думку, що мотивація – це зовнішня або внутрішня спонукка економічного суб'єкта до діяльності в ім'я досягнення цілей, спонуки – процес спонуки працівників до активної діяльності, направленої на досягнення цілей організації [3, с. 25].

Мотивація праці – це усвідомлене і цілеспрямоване спонукання працівника до праці шляхом стабільного впливу на його потреби, інтереси та цілі. Оскільки процес мотивування є складовим елементом управління, то для стимулювання людини до праці необхідно здійснювати вплив на розвиток її потреб, особистого інтересу та сприяти розкриттю творчих здібностей. Розглядаючи вище запропоновані підходи до тлумачення сутності мотивації працівників, можна виділити ключові спільні ознаки, а саме: забезпечення індивідуальних потреб, досягнення цілей та мети, докладання зусиль працівників та застосування стимулів. Поділ мотивації на матеріальну та нематеріальну дозволяє зробити висновок, що для зацікавлення працівника до роботи важливо не тільки стимулювати його за рахунок грошей, а й приділяти значну увагу організації робочого процесу, створенню сприятливої атмосфери у робочому колективі, обладнанню місць для відпочинку, організації корпоративних заходів та забезпеченню належних умов праці.

Отже, реалізація науково обґрунтованої політики мотивації персоналу підприємства є необхідною для побудови сильної та конкурентоспроможної команди. Результативний аспект мотиваційного потенціалу підприємства відображається у вигляді зростання міри ефективності господарської діяльності у певний проміжок часу, яка визначає перспективи його розвитку і спрямована на досягнення бажаного результату.

Список використаних джерел:

1. Колот А. М. Мотивація персоналу : підручник / А. М. Колот. – КНЕУ, 2002. – 354 с.
2. Калініченко А. В. Мотивація та мотиваційний процес: сутність та поняття : підручник / А. В. Калініченко. – К.: «Атіка», 2013. – 427 с.
3. Ситник П. І. Управління персоналом : навч. посіб. / П. І. Ситник. – К. : Фірма «ШКОС», 2009. – 472 с.

Актуальні проблеми естетичних властивостей парфумерно-косметичних товарів

Сьогодні парфумерно-косметичні товари є повсякденною необхідністю для цивілізованого життя споживачів, а не предметом розкоші. Купуючи і використовуючи їх, споживач розраховує на те, що він буде охайно та привабливо виглядати, замаскує чи покращить свої специфічні недоліки, додасть профілактичні, гігієнічні, естетичні функції, підкреслить переваги. Споживача оточує велика кількість різноманітних ароматів, починаючи від прального порошку або засобу для зняття лаку до елітної парфумерії.

У повсякденні споживача зустрічають не тільки по одязі. Візитівкою будь кого з них є парфуми. При цьому при їх виборі доречними є слова Коко Шанель: «Парфуми - це невидимий, але незабутній, неперевершений аксесуар. Він повідомляє про появу жінки і продовжує нагадувати про неї, коли вона пішла».

Важливим фактором при виборі парфумів є дизайн та упакування. Основне призначення упаковки в технології виробництва - захист продукції від несприятливих зовнішніх впливів і зменшення кількісних і якісних втрат товару [1]. При кількісних втратах відбувається зміна складу, що призводить до втрати якості парфумерно-косметичних товарів. Випаровування води, спирту, ароматичних речовин, розлив, бій, ослаблення запаху, зміна кольору, псування інгредієнтів - це все якісні втрати. Зменшення кількісних та якісних втрат залежить насамперед від упакування. Для парфумів найчастіше використовують усі види упаковок: металеві, картонні й паперові, скляні - флакони, баночки тощо.

При упакуванні парфумерно-косметичних товарів потрібно дотримуватись таких вимог:

- матеріал упаковки не повинен взаємодіяти з вмістом;
- упакування повинно бути герметичним;
- екологічність - всі матеріали, які використані в упаковці не повинні шкодити навколишньому середовищу;
- вдалий дизайн.

Для споживача зовнішній вигляд косметичних товарів та їх упакування є дуже важливим. Основним споживачем даних товарів, як правило, виступають жінки, а тому саме зовнішній вигляд товару привертає першочергову їх увагу. Після цього вони підходять до товару, відчують його аромат та знайомляться зі змістом етикетки на упаковці, звертають увагу на товарний знак, ціну і вже потім приймають рішення про покупку.

Споживачі при виборі нового косметичного або парфумерного товару в першу чергу реагують на його зовнішній вигляд (дизайн), потім на його аромат (запах), тон, якість, товарний знак (бренд) і ціну. Ціна товару безумовно важлива, однак, на відміну від споживачів з країн ЄС ціна часто не є визначальним фактором при прийнятті рішення про покупку. Крім відомої з теорії маркетингу трьох етапів прийняття рішення про покупку (усвідомлення потреби, пошук інформації, вибір товару) сучасний споживач одночасно реалізує своє уявлення про приналежність до певної групи суспільства (еліта, середній клас, багатії і ін.) або певні погляди, або інші індивідуальні переваги.

В організації сучасного інноваційного виробництва на підприємствах (фірмах, компаніях, холдингах) з виробництва парфумерно-косметичних товарів сьогодні використовуються наступні підходи: високий рівень використання інновацій: патентів, ноу-хау, промислових зразків; застосування нових складів (речовин) як натуральних, так і штучних, розроблених на основі наукових досягнень в сфері фітотерапії і ароматерапії в країнах Європи і США; дотримання вимог ЄС за рівнем якості і безпеки товарів.

Разом з тим можна виділити певні проблеми, що стосуються безпосередньо парфумерно-косметичних товарів. Перш за все, популярність таких товарів сприяє її підробленню. Український ринок парфумерно-косметичних товарів вважається другим у світі після Китаю за обсягом реалізації фальсифікованої продукції; експерти вважають, що цей показник сягає 60 % внутрішнього ринку зазначених товарів [2].

По друге, парфуми умовно співвідносячись з предметами розкоші є досить привабливими для фальсифікації. Часто дизайн їх упакування та аромат нагадує відомі бренди, а виробники найчастіше друкують на етикетці дрібним шрифтом, що це не фірмові парфуми, а їх інтерпретація для тих, кому оригінали не по кишені.

Ще однією проблемою є неправильна реалізація професійної косметики, котра призначена для використання тільки у салонах. Часто можна зустріти унікальні парфумерно-косметичні товари в переходах чи в неспеціалізованих торговельних підприємствах чи їх відділах. Нажаль звичайні споживачі не завжди можуть відрізнити оригінальні товари від їх підробки.

Для вирішення цих проблем, на нашу думку, потрібно налагодити реалізацію парфумерно-косметичних товарів тільки у профільних чи спеціалізованих підприємствах. Такі підприємства повинні укладати договори з виробниками чи постачальниками, використовувати фірмове обладнання та устаткування для зберігання та продажу. Також потрібно встановити жорсткий контроль за якістю виробництва даних товарів, організувати систематичні перевірки на відповідність дотримання встановлених вимог щодо їх реалізації.

Список використаних джерел:

1. Косолапова Н.В. Товароведение парфюмерно-косметических, посудохозяйственных, электробытовых и строительных товаров / Н.В. Косолапова // 139 «Академия» 2012 г. М. – 2010. – с. 64
2. Euromonitor International [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.euromonitor.com>.

Естетичні властивості товарів

У сучасному світі естетика товарів та їх дизайн створюють комплекс почуттів, представлень, поглядів, ідей, які викликають естетичну свідомість споживача. Вона за допомогою певного поняття, виду товару та його уявлення, розвитку особистої духовної освіти та культури характеризує естетичне відношення споживача до конкретного товару або суспільства загалом.

Разом з тим естетична свідомість товарів відображає їх тривалий пошук, виробництво та розвиток, форми існування і рівень розвитку самого ринку. Вона також підкреслює індивідуальні характеристики як кожного окремого товару, так і їх позиціонування у вибраній асортиментній групі. Естетична свідомість формується тільки на основі естетичної практики в її різноманітних видах, до яких можна віднести рівень розвитку промислового виробництва, науково-технічного прогресу, купівельних уподобань, смаків та інтересів споживачів. Водночас естетична практика ринку або споживача збагачує їх естетичну свідомість, зокрема, естетичне почуття, естетичний смак, естетичний ідеал.

Естетичне почуття дозволяє споживачеві реагувати на характеристики та властивості товарів, які відтворені у них. Так, споживач надто чутливий до таких кольорів, як, наприклад, червоний, білий, чорний, що пов'язуються у них не тільки з певними емоціями, а й спогадами та подіями.

Конструкція та форми, які передані у товарах викликають у споживача милосердя (наприклад, товари у вигляді милих звірят), агресію до товарів пов'язаних з грубою поведінкою (наприклад, зброя), страх щодо наркотичних товарів, зневагу до тютюнових виробів і т.п.

Естетичне почуття належить до одних з найскладніших видів духовного переживання споживача, яке формується у процесі його розвитку (навчання, відвідування певних пам'ятних подій чи місць). При цьому зір споживача уміє насолоджуватися красою товарів, а слух передавати ті чуттєвості, якими наділені товари. В процесі ознайомлення споживачів з товарами відбувається формування естетичних потреб та здатності їх задовольняти.

Характером естетичного почуття для споживачів є ціннісна орієнтація товарів на задоволення найважливіших характеристик, які належать як одному споживачу, так і поєднують спільні риси певних купівельних уподобань, моди, суспільства і т.п. [1]

Структура культурних, художніх, цінностей товарів кожної конкретної епохи, має нормативний характер. Істотний вплив на розвиток естетичного почуття товарів надає мистецтво. Певною мірою воно є скарбничкою, яке забезпечує не тільки збереження культури почуттів, але і сферу розвитку. За допомогою мистецтва збагачується особистий індивідуальний досвід і уміння проникати у внутрішній світ споживача.

Естетичне почуття товарів виступає основною естетичної свідомості, на якій формуються більш складні елементи його структури. Естетичний смак дозволяє розглядати здатність споживача до естетичної оцінки товарів і мистецтва. Найважливішою характеристикою логічного становлення товарів є відображення рівня самовизначення споживачької індивідуальності, яка постає як емоційно-оціночне ставлення споживача до прекрасного. Естетичний смак не зводиться до простої здатності естетичної оцінки товарів, оскільки не зупиняється на самій оцінці, а завершується привласненням естетичної цінності.

Споживач, який володіє естетичним смаком товару відрізняється певною цілісністю і є особистістю. Естетичний смак виступає своєрідністю почуття міри, умінням знаходити необхідну достатність у відношенні до культури товару і цінностей. Найважливішою характеристикою естетичного смаку являється пропорційність внутрішнього і зовнішнього, гармонія характеристик товарів і поведінки споживача. Естетичний і художній смаки товарів не залишаються незмінними як протягом всього життєвого циклу товарів, так і життя споживачів. Стандартних смаків не існує, вони пов'язані з індивідуальним баченням і сприйняттям товарів споживачами. Разом з тим естетичні властивості товарів підкріплюються маркетинговими елементами, серед яких особливу роль відіграє бренд [2].

Активність естетичної практики і продуктивної творчої уяви товарів формує особливу естетичну свідомість у відношенні до процесу придбання товарів. Естетичний ідеал товарів визначається у результаті розвитку всіх форм естетичної діяльності мистецтва. У певному значенні естетичний ідеал товарів є духовною метою естетичної практики, що усвідомлюється споживачем у процесі користування товарами та визнання їх купівельної цінності.

У науковій літературі ідеал виступає центральною естетичною категорією товарів, яку визначають як ідею вираженої дійсності, відповідної своєму поняттю у формі, структурі, матеріалі, конструкції і т.п. Естетичний ідеал формує у споживача образ прекрасного товару, який залежить від багатьох характеристик, що пов'язуються з історичними віхами розробки товару і його сприйняття споживачами; культурних аспектів, які сьогодні значно посилюються віяннями сучасних стилів, моди; думками та враженнями купівельних спільнот; факторами науково-технічного прогресу та розвитку виробництва, комунікаційними технологіями тощо.

Таким чином, естетичні властивості дозволяють сформувати у свідомості споживачів позитивне відношення до товарів, що сприятиме їх успішній реалізації та забезпечить досягнення конкурентних переваг на ринку.

Список використаних джерел:

1. Волошко Н. И. Эстетика и дизайн товаров: Учебно-практическое пособие. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашко и Ко», 2008. – 256 с.
2. Райко Д.В. Маркетингове забезпечення споживачької привабливості товару промислового призначення / Д.В. Райко, Л.М. Цейтлін // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2016, № 1. – с. 22-31.

Послуги ресторанного господарства: особливості процесу обслуговування

Заклад ресторанного господарства – організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє, продає і організовує споживання продукції власного виробництва і закупних товарів, може організовувати дозвілля споживачів [1].

Заклади ресторанного господарства надають споживачам комплекс різноманітних послуг, які за своїм характером можна поділити на:

- послуги з харчування – надається організаціями незалежно від організаційно-правової форми, а також індивідуальними підприємцями;
- послуги з виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів включають дані виготовлення на замовлення споживачів, у тому числі в складному виконанні та з додатковим оформленням та виготовлення страв із сировини замовника;
- послуги з реалізації продукції включають реалізацію кулінарних та кондитерських виробів за межами закладу ресторанного господарства, відпуск обідів додому та реалізація кулінарної продукції і кондитерських виробів через розносну та дрібно-роздрібну мережу;
- послуги з організації обслуговування споживачів послуги з організації дозвілля включають організацію музичного обслуговування, організацію проведення концертів, програм вар'єте і відео-програм, забезпечення газетами, журналами, настільними іграми, ігровими автоматами, більярдом тощо;
- інформаційно-консультативні послуги включають консультації спеціалістів з виготовлення, оформлення кулінарної продукції, кондитерських виробів та сервірування столу та організацію навчання кулінарній майстерності [2,с.98-101].

До таких послуг встановлюються певні вимоги (табл.1).

Таблиця 1

Вимоги до послуг закладів ресторанного господарства [4]

Вимоги споживачів до послуг (потреби та очікування)	Характеристика потреб та очікувань
Надійність	<ul style="list-style-type: none"> • стабільне виконання операцій незалежно від зміни виконавця та умов відшкодування збитків у випадку невідповідності вимог.
Доступність	<ul style="list-style-type: none"> • безперешкодне отримання послуг (в обідні перерви, за поганого транспортного сполучення); • відсутність додаткових витрат, оплата за вхід у заклад.
Інформаційність	<ul style="list-style-type: none"> • більш повне інформування в меню про інгредієнти страв (зокрема прянощів: часник, кріп, базилік); • інформування по телефону, інтернету.
Простеженість дій виконання операцій	<ul style="list-style-type: none"> • можливість спостерігати за виконанням операцій замовлення.
Культура обслуговування	<ul style="list-style-type: none"> • привітне ставлення персоналу з обслуговування; • компетентна відповідь на питання щодо кулінарної продукції та послуг; • швидкість та техніка виконання обслуговування.
Якість продукції	<ul style="list-style-type: none"> • естетичний вигляд кулінарних виробів; • належність кулінарної продукції до певного типу кухні; • інформація про калорійність та енергетичну цінність продукції.
Номенклатура додаткових послуг	<ul style="list-style-type: none"> • перелік додаткових послуг (з організації культурної програми - тамада, замовлення артистів, флористика, організація салютів, тощо).

Заклади ресторанного господарства представлені різними типами: ресторан, кафе, бар, буфет, їдальня, закусочна, в яких використовуються різні форми обслуговування, такі як: самообслуговування, обслуговування офіціантами, барменами та комбінований метод.

При масовому обслуговуванні, при порівняно невеликому асортименті страв для прискорення обслуговування застосовується самообслуговування, в процесі якого споживачі самостійно беруть з роздавальної холодної страви і напої, борошняні кондитерські вироби.

Обслуговування офіціантами застосовується в ресторанах, барах, інколи в кафе, в яких створення комфорту відіграє визначальну роль. Ці підприємства призначені не лише для виконання послуги харчування, але й для організації відпочинку споживачів.

При комбінованому методі передбачається поєднання двох вказаних методів обслуговування. Наприклад, підприємство працює вдень за методом самообслуговування (загальнодоступна їдальня, кафе), а ввечері - обслуговування офіціантами. У таких підприємствах також повинні створюватися умови для організації відпочинку споживачів [3].

Залежно від функцій, виконуваних підприємствами ресторанного господарства, розрізняють три види обслуговування:

- обслуговування зі споживанням продукції безпосередньо в підприємстві ресторанного господарства;

- обслуговування з доставкою та реалізацією кулінарної продукції для споживання за місцем роботи, навчання, відпочинку, дозвілля, на транспорті;
- обслуговування зі споживанням кулінарної продукції та напівфабрикатів удома [5].

Отже, ресторанне господарство представляє собою вид економічної діяльності суб'єктів господарювання щодо надання послуг для задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього. Особливість функціонування сфери ресторанного господарства в економічному та соціальному прояві полягає у забезпеченні якості життя населення засобами задоволення фізіологічних потреб. Динамічний розвиток цієї галузі обумовлює появу підприємств громадського харчування різних типів та цінних категорій, що дає можливість споживачам обирати таке підприємство ресторанної сфери, яке найбільш підходить для них за усіма критеріями.

Список використаних джерел:

1. Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України «Про затвердження правил роботи закладів ресторанного господарства» № 219 від 24.07.2002р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0680-02>
2. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. Словник термінів ДСТУ 4281:2004 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://dnaop.com/html/34057/doc-ДСТУ_4281_2004
3. Барановский В. А. Ресторанный бизнес : учеб. пособ. / В. А. Барановский. – РнД. : Феникс, 2005. – 220 с.
4. Кукліна Т.С. Дослідження якості послуг у закладах ресторанного господарства [Електронний ресурс] / Т. С. Кукліна, О. М. Корнієнко // Глобальні та національні проблеми економіки. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/11-2016/88.pdf>
5. Мостова Л. М. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства / Л. М. Мостова // Навчальний посібник. – Київ : Ліра-К, 2011. – 388 с.

Сніжана Міх,

наук.кер.- Власова Т.Р.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,

м.Чернівці

Мотивація як основний чинник підвищення ефективності праці

Проблема мотивації праці не є новою і вже давно вивчається великою кількістю учених. Основною причиною такої ситуації є те, що неможливо створити ідеальну модель чи систему мотивації праці персоналу. Це ж стосується вирішення проблеми індивідуальної та колективної мотивації, адже підходи в цих двох випадках кардинально відрізняються.

Результат діяльності підприємства залежить від формування мотивації персоналу. Поняття "мотивація" походить від латинського слова "movere", що означає "приводити в рух", "штовхати". У літературі є багато визначень мотивації, які розкривають її сутність. Мотивація в загальному розумінні - це сукупність рушійних сил, що спонукають людину до виконання певних дій. Ця тема актуальна у наш час, бо мотивація дійсно є основним чинником, для того, щоб підвищити ефективність праці.

Проблеми мотивації персоналу цікавили вчених протягом усієї історії економічної науки. Питаннями мотивації праці займалися як закордонні, так і вітчизняні автори, зокрема: П. Армстронг, І. Баткаєва, О. Мітрофанова, Б. Моснер, Б. Снідерман, Ф. Херцберг та інші [1 ст.483].

Можна визначити те, що є ядром самого поняття мотивація, ті фактори і чинники, які впливають на психологію працівників, тим самим і на їх ефективність[2 ст.224]. Процес мотивації можна поділити на два великих етапи:

- 1)етап сходження;
- 2)етап відповідальності.

Етап сходження-етап,де відбувається заохочення працівників:

а) матеріально – збільшення зарплати, премії, винагороди, грошові заохочення і ін.

б) психологічно – самовдосконалення, кар'єрний ріст, особисте задоволення від добре виконаної роботи, участь у прийнятті рішень на вищому рівні і ін.

Етап відповідальності – етап,де в працівників є страх втратити досягнуті блага,де відповідальність насамперед перед собою за певні здобутки. Працівник,вкладає свої зусилля в роботу,намагається піднятися на вершину кар'єрної драбини,коли вже пророблено великий шлях, то з'являється підсвідома боязнь повернутись на самий початок. Бажання максимізації прибутку та подальше підняття особистого соціального статусу зберігається, адже потреб та бажання людини є безмежними, однак в силу вступає і відповідальність за пройдений шлях [2 ст.223].

Взаємодія цих двох етапів формує систему мотивації. Основними засадами побудови ефективної системи мотивації праці є:

- надання однакових можливостей та посадового просування за критерієм результативної праці;

- узгодження рівня оплати праці з її результатами;

- створення належних умов для захисту здоров'я, безпеки праці та добробуту усіх працівників;

- забезпечення можливості для підвищення професійної майстерності, можливостей для продовження навчання, підвищення кваліфікації та перекваліфікації;

- створення в колективі атмосфери довіри, заінтересованості в досягненні спільної мети, підтримування двосторонніх комунікацій між керівниками і всіма іншими категоріями працівників.

Великого значення для мотивації є застосування стимулів різних видів:

- ✓ соціальні, отримуючи доходи, працівник забезпечує себе певним комплексом економічних і соціальних благ;

✓ соціально-психологічні, стимулювання впливає на формування внутрішнього світогляду працівника;

✓ морально-виховні – через формування моральних якостей особистості працівника[2, с.224].

В Україні вирішальну роль у якісних змінах мотивації працівників різних сфер діяльності можуть мати такі фактори, як високий зарібок, фізичні умови праці, структурування роботи, соціальні контакти, стійкі взаємовідносини, визнання, прагнення до досягнень, влада і впливовість, різноманітність і зміни, креативність, самовдосконалення, цікава та корисна робота.

Таким чином, можна сказати, що формування моделі мотивації є першочерговим завданням кожного керівника, але дуже важливим завданням є те, що потрібно створити свою мотиваційну систему, яка допоможе підвищити ефективність праці.

Список використаних джерел:

1. Азарова А.О. Управління персоналом організації: навч. посіб./ А.О. Азарова, О.О.Мороз, О.Й. Лесько. І.В.Романець; ВНТУ. - Вінниця: ВНТУ, 2014.- 483ст
2. Колот А.М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу: навч. посіб./ Колот А.М.; КНЕУ, 2008.-224ст

Пацин Руслана,

наук. кер. – Жалба І.О,

Чернівецький торговельно – економічний інститут КНТЕУ,

м.Чернівці

Порівняльна характеристика використання SEO - оптимізації та контекстної реклами у пошукових мережах

З розвитком комп'ютерних технологій збільшується кількість користувачів інтернету, а отже з'являються багато можливостей для удосконалення старих та створення нових каналів просування реклами. Таких каналів досить багато, деякі дещо схожі між собою, проте всі вони діють зовсім по різному. Основними елементами реклами у пошукових мережах вважають контекстну рекламу та SEO-оптимізацію.

Контекстна реклама – це найшвидший метод залучення цільової аудиторії на веб-ресурс. Вона займає передове місце серед інших видів інтернет-маркетингу. Контекстна реклама може миттєво збільшити не тільки кількість відвідувачів сайту, а й значно підняти рівень продажів товарів [1].

Найбільш великими сервісами контекстної реклами в інтернеті вважаються Google AdWords і Яндекс Директ [2]. Принципом користування контекстної реклами – система оплати за клік (Pay Per Click). У цьому випадку рекламодавець платить лише у тому випадку, коли користувач клікає на рекламове оголошення та переходить на сайт завдяки контекстній рекламі, яка відображається у пошуковій мережі.

У наслідок контекстної реклами відвідувач може затриматись на сайті, ознайомитись із товарами, що пропонуються рекламодавцем та зробити замовлення або повернутись пізніше. Звісно, контекстна реклама, як і будь – яка інша реклама не гарантує того, що кожний відвідувач, що зайшов на сайт стане клієнтом. Проте в будь-якому разі відвідувач дізнався про сайт, а рекламодавець не дарма витратив кошти за клік. Це означає, що однією з функцій контекстної реклами є сповіщення користувачів про новий бренд, тобто розширення потенційної клієнтури.

Щодо пошукової оптимізації або її ще називають SEO – це, комплекс заходів для підняття позицій сайту в результатах видачі пошукових систем по певних запитах користувачів. При цьому, чим вище позиція сайту в результатах пошуку, тим більше зацікавлених відвідувачів переходить на нього з пошукових систем [3,с. 56].

На перший погляд здається, що контекстна реклама та пошукова оптимізація це одне і теж. Але щоб переконатись у протилежному розберемо принципи використання SEO- оптимізації.

Пошукова оптимізація включає у себе дві категорії :

1. Внутрішня оптимізація, що передбачає комплекс заходів щодо створення та покращення самого сайту
2. Зовнішня оптимізація, яка зосереджується на отриманні цільових зовнішніх посилань на ресурс.

Саме за таким принципом працюють маркетологи над SEO – оптимізацією сайту. Ігнорування однієї із вищезазначених категорій призводить до втрати позиції рекламного оголошення у пошукових мережах.

Ще одним принципом використання пошукової оптимізації є те, що вона проводиться у достроковому періоді. Тому використання SEO може здійснюватись такими методами [4, с 128]:

1. Біла оптимізація – це така пошукова оптимізація, при якій не застосовуються заборонені й недобросовісні методи просування
2. Сіра оптимізація – основою такої оптимізації є додавання великої кількості ключових слів у текст сторінки
3. Чорна оптимізація – це така оптимізація, що спрямовується на підвищення позицій сайту в пошуковій мережі різними способами, які не схвалюють пошукові машини.

Найбільш прийнятним методом є біла оптимізація. Проте її використання змушує чекати результату протягом декількох місяців. Саме тому досить активно використовують чорну оптимізацію для пришвидшення поставленої цілі, а саме підняття позиції сайту. Це і є великим недоліком використання SEO- оптимізації. Окрім цього пошукова оптимізація має такі недоліки, як:

- ефект від оптимізації сайту і його розкрутки, стає відчутним лише через декілька місяців після початку робіт;

- алгоритми пошукових систем постійно розвиваються, що може призводити до тимчасових коливань відвідуваності на сайті;
- практично у всіх комерційних тематиках існує висока конкуренція, а в топі присутні авторитетні сайти лідерів галузі.

Враховуючи дані недоліки пошукова оптимізація активно використовується рекламодавцями, це все завдяки певним перевагам її використання. А саме:

- більший рівень довіри, оскільки люди бачать, що ваш сайт з'являється в результатах пошуку природно, а не як проплачене оголошення;
- хороший рівень рентабельності інвестицій, оскільки в процесі просування кількості трафіку збільшується, і за переходи користувачів не потрібно платити;
- можливість отримувати трафік відразу з декількох пошукових систем, а не тільки Google;
- з ростом популярності сайту на нього починають з'являтися природні зворотні посилання, що додає ресурсу авторитетності.

Порівнюючи контекстну рекламу та SEO – оптимізацію можна виокремити певні переваги контекстної реклами над пошуковою оптимізацією, це[5]:

- Можна налаштувати місцезнаходження потенційних покупців.
- Швидкий ефект.
- Не потрібна пошукова оптимізація сайту.
- Детальна статистика і відстеження дій користувачів.
- Безліч налаштувань.
- Рекламу в будь-який момент можна зупинити, а потім знову запустити.
- Ремаркетинг – це спосіб взаємодії з відвідувачами, які раніше заходили на веб-сайт або користувалися мобільним додатком. Він дає змогу зважено показувати оголошення цільовій аудиторії користувачів, коли вони здійснюють пошук у Google або на партнерських сайтах. Це допоможе підвищити популярність вашого бренду й нагадати клієнтам здійснити покупку.

Звісно контекстна реклама має й ряд мінусів:

- користувачі більше довіряють результатам пошукової видачі;
- висока вартість кліків по рекламних оголошеннях (через високу конкуренцію);
- при відімкненні реклами трафік на сайт відразу падає, на відміну від SEO, яке дає тривалий результат.

Отже, дослідивши особливості використання, переваги та недоліки контекстної реклами та пошукової оптимізації, можна зробити висновок, що в залежності від поставленої цілі, кількості коштів у електронному гаманці та швидкості отримання результату рекламодавці орієнтуються на використання одного чи іншого інструменту інтернет – реклами. Проте, щоб досягти більших успіхів варто використовувати контекстну рекламу та SEO- оптимізацію у комплексі. Використання обох інструментів дозволяє усунути недоліки одного перевагами іншого.

Список використаних джерел:

1. Web Building: Контекстна реклама [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://webbuilding.com.ua/ukr/internet-marketing/contextual-advertising/>
2. Особливості сучасної контекстної реклами [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.rbc.ua/ukr/digests/osobennosti-sovremennoy-kontekstnoy-reklamu-1490779676.html>
3. Соловйов Б.А. Маркетинг / Б.А. Соловйов. – Київ, 2013. – 335с
4. Дорокіна Н.І SEO-оптимізація сайту підприємства, як інструмент інтернет-маркетингу / Н.І Дорокіна // Міжнародні економічні відносини та світове господарство: Матеріали міжнародної науково- практичної інтернет – конференції, 2018. – с.128-130
5. Контекстна реклама: особливості, переваги, недоліки [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://webmaestro.com.ua/ua/blog/context/>

Андрій Чебан,

наук. кер. – Рилєєв С.В.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,

м. Чернівці

Аналіз фінансового стану підприємства: суть, етапи та особливості здійснення

В умовах ринкових відносин, посилення національної та міжнародної конкуренції на ринку, підприємства досить часто завдяки неефективній фінансово-господарській політиці втрачають свої позиції та опиняються на межі банкрутства. Також підприємства стикаються зі значними фінансовими труднощами у зв'язку із нерациональним перерозподілом коштів та нестабільними джерелами їхнього формування у ринкових умовах. Тому, пристосовуючись до нових умов господарювання, постає питання ефективного аналізу фінансового стану підприємств як важливої умови їх функціонування.

Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів, зазначає Мосьондз О. Б. [1]. Його роль полягає у постійній інформованості, щодо ступеня фінансової забезпеченості підприємства, його стійкості в умовах ринкової економіки та конкурентні позиції, передбачає можливий ризик банкрутства.

Шевчук І.С. зазначає, що аналіз фінансового стану підприємства дозволяє [2]:

- оцінити поточний і перспективний фінансовий стан підприємства;

- дослідити можливі і доцільні темпи розвитку;
- забезпечити підприємство з фінансової позиції;
- виявити доступні джерела засобів і оцінити можливість й доцільність їх мобілізації;
- спрогнозувати становище підприємства на ринку капіталів.

Це передбачає зниженню ризику банкрутства, прогнозує можливі темпи розвитку, представляє можливі та ефективні джерела фінансування, прогнозує позиції підприємства на ринку капіталів. Ці складові є визначальними факторами функціонування, стійкості та прогнозування діяльності підприємства.

Інформаційною базою для такого аналізу є дані про [3]:

- фінансову звітність, яка складається з балансу (форма № 1), звіту про фінансові результати (форма № 2), звіту про рух грошових коштів;
- (форма № 3), звіту про власний капітал (форма № 4);
- бухгалтерський облік підприємства.

Але для проведення ефективного аналізу фінансового стану підприємства, на нашу думку, слід здійснювати за певним напрацьованим алгоритмом.

Силкін О.С. пропонує алгоритм поетапної розробки стратегії розвитку підприємства на основі діагностики фінансового стану з метою зміцнення економічної безпеки, що полягає у [4, с. 223]:

1-й етап. Вивчення ринку та прогнозування його розвитку в майбутньому. На цьому етапі важливими є економічна ситуація в країні і фінансова стабільність учасників ринку.

2-й етап. Визначення основної мети розвитку підприємства. На цьому етапі важливою є ідентифікація критеріїв, за якими буде досягатись поставлена мета.

3-й етап. Оцінка зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства (проведення детального SWOT-аналізу).

4-й етап. Вибір оптимального варіанта здійснення аналізу фінансового стану. Коригування сукупності показників та методів для прийняття оперативних, тактичних і стратегічних рішень.

5-й етап. Діагностика фінансового стану підприємства. Цей етап передбачає проведення аналізу майнового стану, аналізу ліквідності та платоспроможності, аналізу рентабельності та ділової активності підприємства.

6-й етап. На основі проведеного аналізу в 4-му етапі визначається оцінка фінансового стану, яка формується на основі інтегрального показника.

7-й етап. Вибір і розробка стратегії розвитку. Залежить від отриманих значень. Якщо поточний фінансовий стан не відповідає нормативам, тоді стратегія має бути націлена на підвищення тих чи інших показників. Якщо ж поточний фінансовий стан високий, тоді стратегія може бути спрямована на розвиток і розширення діяльності.

Під час аналізу фінансового стану, згідно представленого алгоритму, на «етапі 5» слід особливу увагу звертати на дебіторську заборгованість, адже зачне зростання дебіторської заборгованості свідчить про те, що підприємство надало споживачам позики, тобто поділилося з ними частиною свого прибутку, тому необхідно звернути увагу на її списання та відображення у балансі.

Щодо аналізу грошових потоків підприємства слід складати розрахункові і платіжні баланси на конкретні дати для визначення перевищення платежів за зобов'язаннями над джерелами надходження коштів і прийняття оперативних заходів щодо погашення платежів, що виникають. Це сприятиме аналізу розрахункового балансу, що доповнює та уточнює оцінку платоспроможності підприємства.

Слід відмітити й те, що господарський об'єкт повинен володіти достовірною інформацією про фінансову стійкість та платоспроможність як свого підприємства так і своїх партнерів. Тому слід скласти прогноз господарсько-фінансового стану підприємства і показати, яким чином можна попередити негативні чинники. Щодо інвестиційної діяльності підприємства, то особливу увагу слід наділити операціям із закупівлею (спорудження) та продажем майна підприємства. При аналізі варто звернути увагу на доцільність інвестицій, їх склад, джерела формування, структуру та прибутковість фінансових вкладень. Після цього аналізу слід прийняти рішення про покращення інвестиційної діяльності підприємств. Для цього також важливо застосувати рейтингову оцінку діяльності підприємств та оцінку їх кредитоспроможності.

Отже, фінансовий стан підприємства є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, що визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення й використання фінансових ресурсів. Це дозволяє оцінити поточний і перспективний фінансовий стан підприємства, можливі і доцільні темпи розвитку, оцінити підприємство з фінансової позиції, виявити доступні джерела засобів і оцінити можливість й доцільність їх мобілізації, спрогнозувати становище підприємства на ринку. Інформаційною базою для оцінки служать: фінансова звітність, звіт про фінансові результати, звіту про власний капітал, бухгалтерський облік підприємства. Але на нашу думку, слід застосовувати алгоритм поетапної розробки стратегії розвитку підприємства на основі діагностики фінансового стану, що складається з 7 етапів. На 5 етапі слід особливу увагу слід наділяти дебіторській заборгованості, рівню та її списанню. Щодо аналізу грошових потоків підприємств, то слід складати розрахункові і платіжні баланси. Та мати постійну інформацію, щодо інвестиційної діяльності та отримувати лише достовірну інформацію тощо.

Список використаних джерел:

1. Мосьондз О. Б. Аналіз фінансового стану підприємства: сутність і необхідність [Електронний ресурс] / О. Б. Мосьондз // Ефективна економіка. - 2012. - № 3. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_3_43
2. Шевчук І.С. Актуальність аналізу фінансового стану підприємства [Електронний ресурс] / А.С. Шевчук. - Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/12/333.pdf>
3. Кудь Л. І. Проблеми аналізу фінансового стану підприємства / Л. І. Кудь . - Режим доступу: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/54685/5/Kud_Finansovyi_stan.pdf
4. Силкін О.С. Аналіз фінансового стану підприємства як інформаційне підґрунтя забезпечення його економічної безпеки / О.С. Силкін // Наукові записки. - 2016. - №1 (52). - С.220-225.

Порядок формування місцевих бюджетів

Процес складання місцевих бюджетів розпочинається до подання проекту закону про державний бюджет на відповідний рік до Верховної Ради України на розгляд у першому читанні [7]. Протягом цього часу місцеві органи влади та самоврядування проводять аналіз виконання місцевих бюджетів за попередні бюджетні періоди, консультації з Міністерством фінансів України, Комітетом Верховної Ради України з питань бюджету та іншими центральними органами виконавчої влади, розробляють і доводять до головних розпорядників бюджетних коштів інструкції з підготовки бюджетних запитів та здійснюють прогнози розрахунки до проекту місцевого бюджету відповідно до р. 2 ст. 28, р. 3 ст. 61 Закону України «Про місцеве самоврядування» [3]. Підґрунтям для здійснення необхідних розрахунків є Бюджетна декларація, ухвалена Кабінетом Міністрів України та затверджена Верховною Радою України, а також вказівки Міністерства фінансів України щодо особливостей складання розрахунків до проектів бюджетів на наступний період з урахуванням прогнозних макропоказників (рівень споживчих цін, мінімальна заробітна плата, прожитковий мінімум, зростання цін і тарифів на енергоносії тощо).

Для формування місцевих бюджетів особливе значення мають пропозиції основних напрямів бюджетної політики щодо:

- питомої ваги обсягу міжбюджетних трансфертів у видатках Державного бюджету України і коефіцієнта вирівнювання для місцевих бюджетів;
- взаємовідносин Державного бюджету України з місцевими бюджетами в наступному бюджетному періоді;
- змін до законодавства, прийняття яких є необхідним для реалізації бюджетної політики держави;
- переліку захищених статей видатків бюджету.

Початком наступного етапу складання місцевих бюджетів відповідно до ч. 9 ст. 75 Бюджетного кодексу [2] є прийняття у другому читанні Верховною Радою України (за результатами голосування) рішення щодо проекту закону про Державний бюджет України на наступний рік у цілому як закону.

Складання проектів місцевих бюджетів передують ґрунтовна аналітична робота фінансових органів усіх рівнів [10, с. 177]. Міністерство фінансів України доводить місцевим державним адміністраціям, виконавчим органам відповідних місцевих рад особливості складання розрахунків до проектів бюджетів на наступний бюджетний період. Зі свого боку місцеві державні адміністрації, виконавчі органи відповідних місцевих рад з метою здійснення розрахунку прогнозних обсягів видатків, що враховуються при визначенні міжбюджетних трансфертів між державним та місцевими бюджетами, зобов'язані надавати Мінфіну інформацію щодо мережі, контингенту та обсягів видатків місцевих бюджетів у поточному бюджетному році на соціальні статті, які передбачені Конституцією України [1]:

- охорону здоров'я;
- культуру і мистецтво;
- освіту, професійно-технічну та вищу освіту, дані про видатки на утримання учнів професійно-технічних і студентів вищих навчальних закладів з числа сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, інформацію про наявність дітей віком від 0 років до 6 років у населених пунктах, яким надано статус гірських;
- фінансування соціальних програм і заходів з питань сім'ї, жінок, молоді та дітей;
- фізичну культуру і спорт.

Ці розрахунки також подаються Комітету Верховної Ради України з питань бюджету для їх розгляду.

Місцеві фінансові органи згідно з типовою формою бюджетних запитів на виділення асигнувань, визначеною Міністерством фінансів України, та з урахуванням особливостей складання проектів місцевих бюджетів розробляють і доводять до головних розпорядників бюджетних коштів місцевих бюджетів інструкції з підготовки бюджетних запитів [9, с.132]. Інструкції до бюджету мають на меті управління процесом складання відповідного місцевого бюджету. При підготовці бюджетних запитів слід врахувати поточну соціально-економічну ситуацію в Україні, рівень перерозподілу ВВП через доходи зведеного бюджету.

Головні розпорядники бюджетних коштів організують розроблення бюджетних запитів для подання місцевим фінансовим органам у терміни та порядку, встановлені цими органами. Головні розпорядники бюджетних коштів забезпечують своєчасність, достовірність і зміст поданих місцевим фінансовим органам бюджетних запитів, які мають містити всю інформацію, необхідну для аналізу показників проекту місцевого бюджету, згідно з вимогами місцевих фінансових органів. З метою збалансування бюджету головні розпорядники коштів повинні здійснити заходи щодо оптимізації мережі бюджетних установ, визначення кількості бюджетних програм, які доцільно реалізовувати у межах наявного фінансового ресурсу.

При розрахунку граничних обсягів видатків та надання кредитів слід враховувати розмір мінімальної заробітної плати працівникам бюджетних установ, прожитковий мінімум на одну особу, розмір мінімальної академічної стипендії, видатки на оплату комунальних послуг та енергоносіїв.

При формуванні бюджетних запитів головним розпорядникам коштів слід враховувати обмеження щодо капітальних видатків, у зв'язку із першочерговістю фінансування захищених статей бюджетних видатків.

Місцеві фінансові органи на будь-якому етапі складання і розгляду проектів місцевих бюджетів здійснюють аналіз бюджетного запиту, поданого головним розпорядником бюджетних коштів, з точки зору його відповідності меті, пріоритетності, а також дієвості та ефективності використання бюджетних коштів. На основі результатів аналізу керівник місцевого фінансового органу приймає рішення про внесення бюджетного запиту до пропозиції проекту місцевого бюджету перед поданням його на розгляд відповідно місцевим державним адміністраціям, виконавчим органам відповідних місцевих рад [4].

Виконавчі органи сільських, селищних, міських (міст районного значення) рад (крім виконавчих органів рад, для бюджетів територіальних громад яких у державному бюджеті визначаються міжбюджетні трансферти), районні державні адміністрації в місті Києві подають відповідно районним чи міським фінансовим органам пропозиції щодо показників проектів відповідних бюджетів, визначених з урахуванням вимог ч. 3–5 ст. 75 Бюджетного кодексу України [2].

Територіальні громади сіл, селищ і міст можуть об'єднувати на договірних засадах кошти бюджетів для виконання спільних проектів або для спільного фінансування комунальних підприємств, організацій і установ з урахуванням ст. 93 [2] Бюджетного кодексу.

У тижневий строк з дня схвалення Кабінетом Міністрів України проекту закону про Державний бюджет України Міністерство фінансів України забезпечує доведення місцевим державним адміністраціям, виконавчим органам відповідних місцевих рад розрахунків прогнозних обсягів міжбюджетних трансфертів, методики їх визначення, організаційно-методологічних вимог та інших показників щодо складання проектів місцевих бюджетів, а також пропозицій щодо форми проекту рішення про місцевий бюджет [8, с. 135-139].

У тижневий строк з дня прийняття закону про Державний бюджет України у другому читанні Кабінет Міністрів України забезпечує доведення місцевим державним адміністраціям, виконавчим органам відповідних місцевих рад визначених таким законом показників міжбюджетних відносин (у т. ч. обсяги міжбюджетних трансфертів для відповідних бюджетів) і текстових статей, а також організаційно-методологічних вимог щодо складання проектів місцевих бюджетів. У триденний строк з дня отримання таких документів обласні державні адміністрації доводять виконавчим органам міських рад, районним державним адміністраціям відповідні обсяги субвенцій на здійснення державних програм соціального захисту [6].

Інформація, отримана відповідно до ст. 76 Бюджетного кодексу [2] є підставою для складання місцевими державними адміністраціями, виконавчими органами відповідних місцевих рад проектів місцевих бюджетів і підготовки проектів рішень про відповідні місцеві бюджети.

Список використаних джерел:

1. Конституція України за станом на 25.01.2012 [Електронний ресурс]: Верховна Рада України: від 28.06.1996 р. № 254 /96-ВР. - Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>(із змінами та доповненнями).
2. Бюджетний кодекс України[Електронний ресурс]: Верховна Рада України від 08.07.2010 р. № 2456-VI– Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17> (із змінами та доповненнями).
3. Про місцеве самоврядування України [Електронний ресурс]: Закон України від 21.05.1997 №280/97- ВР. – Режим доступу: https://kodeksy.com.ua/pro_mistseve_samovryaduvannya_ukraini.htm (із змінами та доповненнями).
4. Концепція реформування місцевих бюджетів [Електронний ресурс]: Постанова Кабінету Міністрів України від 23.05.2007 р. № 308-р. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/308-2007-%D1%80> (із змінами та доповненнями).
5. Про деякі питання запровадження програмно-цільового методу складання та виконання місцевих бюджетів [Електронний ресурс]: Наказ Міністерства фінансів України від 26.08.2014 р. № 836. – Режим доступу: <https://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1103-14/print1423063742491405> (із змінами та доповненнями).
6. Методичні рекомендації щодо порядку розроблення регіональних цільових програм, моніторингу та звітності про їх виконання [Електронний ресурс]: Наказ міністерства економіки України від 04.12.2006 р. № 367. - <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0367665-06> (із змінами та доповненнями).
7. Законодавство України [Електронний ресурс]: Офіційний веб-портал Верховної Ради України. – Режим доступу: <https://rada.gov.ua>.
8. Антоненко В.В. Щодо визначення поняття «стадія бюджетного процесу» / В.В. Антоненко // Вісник Київського економічного часопису. – 2014. -№10. – С. 135-139.
9. Бечко П.К. Фінанси: навч. посібник / П.К. Бечко, Л.Д. Тулуш, В.П. Бечко, П.М. Боровик. – Львів: Новий Світ-2000, 2011. -345 с.
10. Власюк Н. І. Місцеві фінанси / Н. І. Власюк. – Львів: ВЛКА, 2011. – 284 с.

**СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОСТІ У ДОСЛІДЖЕННЯХ
МОЛОДИХ НАУКОВЦІВ**

МАТЕРІАЛИ ВУЗІВСЬКОЇ НАУКОВОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

**Чернівецький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету**

58002, м. Чернівці, Центральна площа, 7

Відповідальні за випуск:

Кравчук Р.В.

Комп'ютерна верстка та макетування:

Сідуняк О.В.

Підписано до друку 27.17.2019

Тираж 20.

Віддруковано ПВКФ «Технодрук»

(0372) 55-05-85

ДЛЯ НОТАТОК