

MONOGRAFIA
POKONFERENCYJNA

ROZWÓJ I PRAKTYKA
ECONOMY. ZARZĄDZANIE.

Zakopane (PL)

29.12.2017

WSPÓŁORGANIZATORZY:

The East European Scientific Group (Azerbaijan, Belarus, Poland, Serbia, Ukraine),
Virtual Training Centre «Pedagog of the 21st Century»,
Global Management Journal.

U.D.C. 330+339.138+658+657+336.71+339+082

B.B.C. 94

Z 40

Zbiór artykułów naukowych recenzowanych.

(1) Z 40 Zbiór artykułów naukowych z Konferencji Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej (on-line) zorganizowanej dla pracowników naukowych uczelni, jednostek naukowo-badawczych oraz badawczych z państw obszaru byłego Związku Radzieckiego oraz byłej Jugosławii.

(29.12.2017) - Warszawa, 2017. - 40 str.

ISBN: 978-83-65608-94-9

Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Adres wydawcy i redakcji: 00-728 Warszawa, ul. S. Kierbedzia, 4 lok.103

e-mail: info@conferenc.pl

Wszelkie prawa autorskie zastrzeżone. Powielanie i kopiowanie materiałów bez zgody autora jest zakazane. Wszelkie prawa do artykułów z konferencji należą do ich autorów.

W artykułach naukowych zachowano oryginalną pisownię.

Wszystkie artykuły naukowe są recenzowane przez dwóch członków Komitetu Naukowego.

Wszelkie prawa, w tym do rozpowszechniania i powielania materiałów opublikowanych w formie elektronicznej w monografii należą Sp. z o.o. «Diamond trading tour».

W przypadku cytowań obowiązkowe jest odniesienie się do monografii.

Nakład: 100 egz.

Redaktor naukowy:

W. Okulicz-Kozaryn, dr. hab, MBA, Institute of Law, Administration and Economics of Pedagogical University of Cracow, Poland; The International Scientific Association of Economists and Jurists «Consilium», Switzerland.

KOMITET NAUKOWY:

W. Okulicz-Kozaryn (Przewodniczący), dr. hab, MBA, Institute of Law, Administration and Economics of Pedagogical University of Cracow, Poland; The International Scientific Association of Economists and Jurists «Consilium», Switzerland;

С. Беленцов, д.п.н., профессор, Юго-Западный государственный университет, Россия;

Z. Čekerevac, Dr., full professor, «Union - Nikola Tesla» University Belgrade, Serbia;

Р. Латыпов, д.т.н., профессор, Московский государственный машиностроительный университет (МАМИ), Россия;

И. Лемешевский, д.э.н., профессор, Белорусский государственный университет, Беларусь;

М. Ордынская, профессор, Южный федеральный университет, Россия;

Е. Чекунова, д.п.н., профессор, Южно-Российский институт-филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы, Россия.

KOMITET ORGANIZACYJNY:

A. Murza (Przewodniczący), MBA, Ukraina;

A. Горохов, к.т.н., доцент, Юго-Западный государственный университет, Россия;

A. Kasprzyk, Dr, PWSZ im. prof. S. Tarnowskiego w Tarnobrzegu, Polska;

A. Malovychko, dr, EU Business University, Berlin – London – Paris - Poznań, EU;

L. Nechaeva, PhD, Instytut PNPU im. K.D. Ushinskogo, Ukraina;

S. Seregina, independent trainer and consultant, Netherlands;

M. Stych, dr, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Polska;

A. Tsimayeu, PhD, associate Professor, Belarusian State Agricultural Academy, Belarus.

**ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ
«ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА »**

Лозовська Н. М., Ремінський О. В. 5

**НЕСТАНДАРТНІ СПОСОБИ МОТИВАЦІЇ
В МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ
ТОРГІВЛІ**

Лозовський О. М. , Каменчук Н. М. 9

**THE ANALYSIS OF FACTORS IMPACTING ON STAFF
MOTIVATION AT THE UKRAINIAN INDUSTRIAL
ENTERPRISES**

Cherkashyna T., Revutska O., Shyfrina N. 17

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ НЕЗАЛЕЖНОГО АУДИТУ
В УКРАЇНІ**

Кравчук А.О., Ісаміддінов С. 26

**ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА:
СУТНІСТЬ ТА ЧИННИКИ**

Ткач Т.П., Ільченко І.Г., Іщенко С.В. 35

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА »

Лозовська Н. М.,

к.е.н.

Вінницький коледж

Національного університету харчових технологій

Ремінський О. В.,

студент

Вінницький коледж Національного університету харчових технологій

Ключові слова: ефект, ефективність, результативність, підприємство.

Keywords: effect, efficiency, effectiveness, enterprise.

Основною проблемою успішного функціонування сучасних підприємств є ефективне управління діяльністю цих підприємств. Ефективність є характеристикою результативної діяльності підприємства. Менеджмент потребує визначення конкретної оцінки його ефективності. Проблеми підвищення ефективності функціонування підприємств є досить актуальним і потребують необхідність трактування поняття ефектив-

ності управління. Розглянемо спочатку поняття ефект адже дане поняття тісно пов'язане з поняттям ефективність. Світлична Я.В. [8] характеризує, поняття ефект як результат, наслідок яких-небудь причин, дій, господарських заходів (уведення нової техніки та інвестиційних проектів, реалізація господарського рішення, здійснення природоохоронних заходів, проведення соціальних заходів). Лозовский Л.Ш. [5] характери-

Таблиця 1

Визначення поняття «ефективність»

Автор/джерело	Визначення
О. І. Яценко [11, с. 237]	Ефективність – це наслідок того, що «правильно створюються потрібні речі»
Рац О.М. [7, с. 276]	Ефективність – показник успішності функціонування системи для досягнення встановлених цілей
В. М. Ячменьова, М. В. Височина, О. Й. Сулима. [10]	Ефективність – це не просто властивість операції (процесу функціонування системи), що відбивається в її здатності давати певний ефект, а дієвість такої здатності, тобто результативність, співвіднесена з ресурсними витратами
А. В. Куценко [4]	Ефективність – це складна категорія, що характеризується результативністю роботи підприємства та рентабельністю його капіталу, ресурсів або продукції.
Зінов'єв Ф.В., [2]	Ефективність (економічна) – співвідношення вартості реалізованої продукції до реальних витрат на їх виробництво
Світлична Я. В. [8 с. 16]	Ефект – це результат, наслідок яких-небудь причин, дій, господарських заходів (уведення нової техніки та інвестиційних проектів, реалізація господарського рішення, здійснення природоохоронних заходів, проведення соціальних заходів)
Райзберг Б.А., [8]	Ефект – результат, що досягається в його матеріальному, грошовому, соціальному (соціальний ефект) вираженні.
Лозовський Л.Ш. [5, с 89.]	Ефект – результат, наслідок якої-небудь дії, який вимірюється в матеріальному, грошовому або соціальному вираженні як різниця між результатами і витратами, пов'язаними з отриманням цього результату.
Чудновський А.Д. [9]	Ефективність є характеристика процесів і вплив суто управлінського характеру, що відбиває, насамперед, ступінь досягнення переслідуваних цілей, тому ефективністю володіє лише цілеспрямований вплив.
Кабушкін Н.І. [3]	Ефективність те саме що цілеспрямований вплив, тому вона носить управлінський характер і відображає ступінь досягнення поставлених цілей
Воронін А.А. [1, с. 29]	Ефективність (економічна) – показник, що співвідносить отриманий результат з поточними витратами, що спричиняють цей ефект, або використаними економічними ресурсами.

Джерело: складено авторами на основі опрацьованої літератури

зує це поняття як ефект – результат, наслідок якої-небудь дії, який вимірюється в матеріальному, грошовому або соціальному вираженні як різниця між результатами і витратами, пов'язаними з отриманням цього результату.

В таблиці 1 наведені такі визначення поняття «ефективність». Визначення наведені в таблиці свідчать про дискусійні питання в визначенні поняття «ефективність». На нашу думку ефективність це вираження позитивного результату функціонування організації.

Ефективність управління це всебічна характеристика підприємства, що передбачає комплексну характеристику показників результативності діяльності підприємств.

Поняття, економічний «ефект» та економічна «ефективність» відносяться до числа найважливіших категорій економіки. Між собою ці поняття дуже тісно пов'язані. А загалом потрібно розрізняти ці поняття.

Ефект – абсолютний показник результату будь-якої дії чи діяльності, він може бути як позитивним так і негативним. Ефективність – відносний показник результативності і може бути тільки позитивною величиною.

Література:

1. Воронин А. А. Определение показателей экономической эффективности производства на основе модификации ресурсного подхода / А. А. Воронин // Экономика Украины. – 2007. – № 10. – С. 29-37
2. Зиновьев Ф. В. Экономическая работа на предприятиях / [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.confcontact.com/20121221/3_gupalo.htm
3. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма: учебное пособие / [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.confcontact.com/20121221/3_gupalo.htm
4. Куценко А. В. Организационно-экономический механизм управления эффективностью деятельности предприятия споживчої кооперації України: монографія // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.confcontact.com/20121221/3>
5. Лозовский Л.Ш. Научные и практические аспекты повышения экономической эффективности современного предприятия / И. Д. Падерин // Вісник Академії економічних наук України. – 2003. – № 1. – С. 89–95.

6. Райзберг Б. А. Сучасний економічний словник. 2-е изд. // [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.confcontact.com/20121221/3_gupalo.htm
7. Рац О. М. Економічний простір: зб. наук. праць / О. М. Рац – № 15. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2008. – 275–285 с.
8. Світлична Я. В. Оцінка та забезпечення економічної результативності функціонування дорожньобудівельних підприємств: автореф. дис. на здоб. вченого. ступеня канд. екон. наук / Я. В. Світлична. – Х., 2002. – 16 с
9. Чудновский А. Д. Туризм и гостиничное хозяйство: учебник / [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.confcontact.com/20121221/3_gupalo.htm
10. Ячменьова В. М. Ефективність управління діяльністю промислового підприємства та діагностика загроз: монографія / [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.confcontact.com/20121221/3_gupalo.htm
11. Яценко О. І. Економічні та соціальні аспекти оцінки ефективності / О. І. Яценко, О. П. Романюк // Науковий вісник НЛТУ України, 2008. – С. 237–238 с.

НЕСТАНДАРТНІ СПОСОБИ МОТИВАЦІЇ В МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

О. М. Лозовський

Кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та адміністрування

Н. М. Каменчук

Студентка факультету економіки, менеджменту та права
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного
університету

Ключові слова: мотивація персоналу, ефективність персоналу, управління, нематеріальний фактор, торговельне підприємство.

Keywords: motivation of personnel, efficiency of personnel,

management, non-material factor, trade enterprise.

ланкою в загальній системі управління підприємствами.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку діяльності у сфері торгівлі все більша увага надається мотивації персоналу, яка сприятиме зростанню виробництва та реалізації продукції, і як наслідок, збільшенню прибутку підприємства. Разом з тим, управління людськими ресурсами продовжує залишатися найбільш слабкою

Однак, саме мотивація визначає, в якій мірі працівник реалізує свій професійний потенціал в роботі.

Кожного можна примусити працювати, але любити свою роботу – неможливо. Це реально, в тому випадку, коли людина сама того бажає. Не дивлячись на те, що з подібною думкою погоджуються керівники, більшість з них не докладає зусиль

до пошуку та застосування способів мотивації, витрачаючи весь час та ресурси на вирішення виробничих, організаційних, фінансових проблем, в той час як вдосконалення найважливішої сфери управління підприємством – управління людськими ресурсами як і раніше недооцінюється. Не відпрацьовано багато теоретичних та методологічних аспектів прийняття провідних кадрових рішень, як частини загальної системи ефективного управління. На основі сучасних концепцій, використовуючи передовий вітчизняний і закордонний досвід мотивації потрібно на практиці не тільки зацікавити працівника в зростанні його доходу, а й забезпечити гармонізацію особистих, колективних і суспільних інтересів. Ефективна робота будь-якої організації в довгостроковій перспективі неможлива без ефективною мотивації її співробітників. Лише за умов наявності знань про те, що керує людиною, спонукає її до дій,

можна розробити ефективну систему спонукальних методів і форм управління.

Стан дослідження. Вивчення методів мотивації є об'єктом пильного та ретельного аналізу. Дану проблематику досліджує значна кількість вітчизняних спеціалістів, серед яких варто виділити наступних: А. Афоніна, О.Грішнову, В.Данюка, Г. Дмитренка, Н.Мазура, Л.Червінську, О. Кендюхова, Б. Кліяненка, А. Черепа та інші. Значний внесок у дослідження і розвиток теорій мотивації належить закордонним вченим: В. Вруму, Ф.Герцбергу, В.Дятлову, Д.Мак-Клелланду, А.Маслоу, В.Петті, А.Сміту, Ф.Тейлору, П. Друкеру та іншим.

Виклад основного матеріалу. Мотивація – необхідний процес в життєдіяльності людини. Люди постійно відчують недоліки в чому-небудь і намагаються усвідомити, які дії потрібно вжити для запобігання цьому недоліку. Для досягнення конкретних цілей, ви-

кликаних особистою необхідністю людини, потрібен якийсь поштовх, спонукання. Це і є мотив. Відповідно, мотивація – співвідношення між поведінкою людини і причинами, які обумовлюють цю поведінку; сукупність психологічних явищ, в яких відображається наявність в людській психіці певної готовності, що спрямовує до досягнення мети [1, с. 110].

Мотивація персоналу здійснюється за допомогою методів менеджменту, якіможна розділити на:

- адміністративні;
- економічні;
- соціально-психологічні [2, с. 31].

Перераховані методи впливають як на колектив організації, так і на окремих співробітників. Гроші покликані стимулювати людей до напруженої праці. Зарплата також повинна вирішувати ще два важливих завдання: залучати і утримати гарних працівників. Крім того, за допомогою грошей компанія

демонструє працівнику, що вона цінить його працю і професійні досягнення. Звичайно ж, гроші в забезпеченні мотивації дуже важливі, але спроба звести до них всю трудову мотивацію буде дуже спрощеним розумінням сил, що визначають відношення людей до праці, і тих можливостей, які має в своєму розпорядженні керівник, що бажає надихнути своїх підлеглих на якісну роботу. Ефективність економічних методів різко зростає при їх комплексному застосуванні з іншими, насамперед з соціально-психологічними методами управління. Медичне страхування, оплата переговорів по мобільному телефону і спортклуб – основні складові соціально-психологічних методів мотивації, що пропонують працівникам багато організацій. Існує безліч нематеріальних методів мотивації персоналу, які формуються в залежності від специфіки, мети, структури компанії, а також від особливостей виконуваних робіт і статево-

вікової структури компанії.

Найбільш поширеними методами на сьогоднішній день виступають наступні:

- навчання (тренінги, професійні курси);
- реалізація творчого та інноваційного потенціалу (нестандартні завдання, конкурси, можливість реалізації нових проектів);
- можливості кар'єрного росту;
- визнання і заохочення;
- залучення до ухвалення рішень (партисипативне управління);
- соціальна захищеність;
- умови праці (розташування, атмосфера, зручності в офісі);
- стабільність і надійність компанії [3].

Разом з тим існує низка підприємств, що практикують нестандартні підходи до мотивації роботи персоналу. Розглянемо дані підходи і те чи можуть вони бути застосовані у господарській діяльності вітчизняних

торговельних підприємств.

Так наприклад, досить цікавим є досвід відомої корпорації Walt Disney Company, в якій працівників, що досягли успіху преміюють у вигляді зображення їх обличчя на вікнах кафе Діснейленду. В авіакомпанії Southwest Airlines створили спеціальний літак з іменами кращих службовців. Крім публічного визнання, для мотивації персоналу використовують такий спосіб, як особиста вдячність в листі електронною поштою, в телефонній розмові, при зустрічі або в листівці.

В американській компанії Johnson & Johnson найкращим співробітникам оплачують освіту MBA і підвищення кваліфікації. В офісі російської компанії IBS деяких консультантів після особливо складних проектів відправляють на відпочинок на Канарські острови за рахунок працедавця. У багатьох компаніях кращим співробітникам розширюють повноваження. Цей спосіб мотивації дуже ефективний

щодо амбітних співробітників. Huffington Post, Google, Zappos, Procter & Gamble вважають, що наявність спальні в офісі компанії спричиняє збільшення продуктивності працівників і їх мотивації. У видавництві Random House, що входить в німецьку медіа групу Bertelsmann, працює програма оплати творчих відпусток для «старожилів» (стаж в компанії – не менше 10 років). Незважаючи на проблеми, пов'язані з пошуком тимчасової заміни, компанія виграє від того, що в творчій відпустці у співробітників з'являються багато цінних ідей і, з поверненням, вони готові приступити до їх реалізації. Схожу систему ввели видавці американського журналу Newsweek. Будь-який співробітник, що пропрацював в компанії 15 років, має право піти у творчу відпустку на півроку, отримуючи при цьому 50 % своєї заробітної плати.

Для мотивування цінних працівників в деяких компаніях їм надається вільний вибір у вико-

нанні завдань по профілю займаної посади, пільг та винагород, які йому пропонує менеджмент організації. При цьому організація заохочує керівників, які враховують індивідуальні потреби своїх підлеглих.

Окрім європейські компанії виплачують надбавку «за потрібність» представникам рідкісних і вкрай необхідних для організації спеціальностей. Як тільки вони стають більш доступними або менш важливими для працедавця, додаткова винагорода скасовується [3].

Цікавий метод нематеріального стимулювання був озвучений Неллі Ріггенбах Хаслер, віце-президентом Universum EMEA. За її словами, представники молодшого покоління страждають від синдрому FOMA (Fear Of Missing Out), тобто бояться втратити в житті щось важливе та цікаве [4]. З цієї причини, компанії повинні навчатися впливати на емоції потенційних працівників, доносити те, що вони пропонують щось

більше, ніж просто роботу. Розповідати про свої реальні цінності і прагнення, щоб люди проявили бажання стати їх частиною. Даний метод стимулювання заснований виключно на нематеріальній мотивації і спирається на потреби людини до самоактуалізації з урахуванням особливості покоління [5, с. 36].

Виходячи із вищезазначеного, іноземні менеджери ширше розуміють проблему мотивації працівників, адже вони раніше прийшли до висновку про те, що співробітники – головна цінність організації і задоволення їх потреб може збільшити працездатність колективу в рази. Деякими закордонними компаніями використовуються такі способи мотивації, як дозвіл тварин в офісі, офісні спальні, зміна форми одягу, програми вільного вибору, оплачувані творчі відпустки. В той час як в Україні основними нестандартними способами мотивації персоналу в сфері торгівлі є публічне визнання заслуг робітників, особиста подяка, оплата

освітніх програм, участь в програмах кадрового резерву.

Як свідчать результати проведених досліджень, більшість західних фірм поступово скорочують частку матеріальної винагороди і збільшують нематеріальну складову мотивації. Стосовно українських підприємств можна спостерігати зовсім протилежну ситуацію. Причина такої диспропорції полягає в потребах персоналу – заробіток для багатьох українських працівників важливіше задоволення, яке він отримує від процесу та результату. [6, с. 69]. Але ми припускаємо, що потреба в матеріальних стимулах збільшиться до певної межі, яка залежить від рівня життя, після чого гроші стануть умовою нормального психологічного стану зберігання людської гідності. В такому випадку, підприємствам, діючим на українському ринку необхідно вже сьогодні задуматись про застосування нематеріальної мотивації, щоб зберегти цінні кадри в майбутньому.

На базі використання досвіду західних країн, можемо порекомендувати до впровадження на вітчизняних підприємствах роздрібної торгівлі наступні нестандартні способи мотивації:

- організація харчування на робочих місцях;
- використання образу кращого працівника в своїй рекламі;
- безвідсоткові кредити на придбання побутової техніки або автомобіля;
- спільні короткотривалі відпустки колективу на курортах; подорожі в інші міста або країни;
- організація командних ігор;
- проведення корпоративних свят із залученням членів сімей працівників;
- надання знижок на квитки та готелі в особистих подорожах кращих працівників;
- обладнання кімнат для обіднього відпочинку;
- забезпечення свободи вибору у способі виконання завдань і зосередження ува-

ги на досягненні кінцевої мети;

- надання додаткових вихідних днів;
- безкоштовна участь в обранних гуртках;
- сертифікати на певну суму в роздрібній торговельній мережі, де працює співробітник.

Окрім того, на підприємствах торгівлі в більшій мірі застосовується командна праця, тому варто зосередити увагу на створенні сприятливих умов праці в колективі та його згуртуванні.

Висновки. Таким чином, успішна діяльність підприємства безпосередньо залежить від якості роботи його персоналу. Поширена думка про те, що для гарної роботи персоналу необхідно лише підвищити заробітну плату, є помилковою, так як спектр людських прагнень і бажань досить широкий, і вимірювати його лише у грошовому еквіваленті не варто.

При вдосконаленні мотиваційної системи працівників роз-

дрібної торгівлі необхідно враховувати запити різних категорій працюючих, оскільки недопустимо застосування одних і тих же методів мотивації до всього персоналу. Крім того, дана система повинна брати до уваги вікові характеристики, освітній рівень, трудовий стаж працівника. Практика західних і вітчизняних компаній демонструє, що успіху досягають лише ті організації, яким під силу зацікавити персонал, надихнути персонал, об'єднати його загальною ідеєю, сформувати команду однодумців. Отже, мотивація – це потужний інструмент підвищення ефективності роботи персоналу і, врешті решт, формування конкурентоздатного бізнесу організації на ринку.

Література:

1. Матросов О. Д. Моральне та матеріальнестимулюванняпраці / О. Д. Матросов, С. В. Михайлик. // Вісник НТУ «ХПІ». – 2013. – №22. – С. 110–113.
2. Одегов Ю. Г. Управление персоналом. / Ю. Г. Одегов. – М.: Юрайт, 2016. – (Бакалавр. Академічний курс). – С. 275.
3. Рыбина О. Обед с начальником и другие нестандартные способы мотивации сотрудников / О. Рыбина. // humanresources. – 2014. – №1. – С. 32–34.
4. Пикалова М. 100 лучших работодателей 2014. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.e-executive.ru/knowledge/announcement/1920289/?page=0>
5. Иванов С.Л. Роль нематеріальних чинників мотивації праці у формуванні людського капіталу сучасного підприємства в Україні / С.Л. Иванов // Наукові праці НДФІ. – 2010. – № 5. – С. 34-38.
6. Рябцева О.Е. Формирование и внедрение мотивационного механизма на предприятии /О.Е. Рябцева/ Экономика и социум. – 2014. – № 1. – С. 62-72.

THE ANALYSIS OF FACTORS IMPACTING ON STAFF MOTIVATION AT THE UKRAINIAN INDUSTRIAL ENTERPRISES

Cherkashyna Tetiana

PhD in Economics,

Associate professor of the Department of Political Economy,
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics,
Ukraine, Kharkiv

Revutska Olena

PhD in Economics,

Associate professor of the Department of Political Economy,
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics,
Ukraine, Kharkiv

Shyfrina Nadiia

PhD in Economics,

Associate professor of the Department of Political Economy,
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics,
Ukraine, Kharkiv

The article is devoted to the research of factors impacting on staff motivation at the Ukrainian industrial enterprises. It has carried out by the procedures of the factor analysis in the StatGraphics Centurion and showed that there are three main factors impacting on staff motivation at the Ukrainian industrial enterprises which are economic and social, technological, and innovative. It is concluded the managers of the Ukrainian industrial enterprises should implement the measures which will contribute the staff by improving the payment, resuscitating the social infrastructure, upgrading the technical and technological base, setting up further mechanization and computerization of the production.

Keywords: staff, staff motivation, staff costs, financial incentives, fringe benefits, social infrastructure, factor analysis.

Because of staff motivation is the economic process which is impacted by so many related factors at different levels it is not possible to determine which ones mostly impact on it. For this purpose, it should be used the methods of multivariate economic and mathematical modeling, first of all, factor analysis. The essence of factor analysis is the reasonable replacement of significant number of input variables (or indicators) on less defining characteristics (or factors). And if it can be briefly described a wide set of statistics, then it can be assumed that it has been investigated its internal relationships.

The base of factor analysis of staff motivation at the industrial enterprises is the Ukrainian industrial enterprises which operate in the women's clothing manufacturing sector. These are the following: Baltska sewing factory Ltd, Factory of theatrical properties Corp., Lebedinska sewing factory Corp., Lvivska sewing factory Corp., Ohtirska sewing factory Corp.,

Sewing factory named after V. Tin-yakov Corp., Sewing factory "Zoryanka" Corp., Sewing factory "Ukrainka" Corp., Vovchanska shoes factory Ltd, Nui Very Ltd. The period of research is 11 years (from 2006 to 2016). The data has analysed by the procedures of the factor analysis (type of factorization is the Principal component) in the StatGraphics Centurion.

The authors have selected 27 indexes which impact on staff motivation at the Ukrainian industrial enterprises. These are share of the market (Var 1), share of the non-used profits (Var 2), coefficient of liquidity (Var 3), index of credit debts (Var 4), share of the intellectual assets (Var 5), coefficient of depreciation of fixed assets (Var 6), coefficient of renewal of fixed assets (Var 7), rate of capital-management staff (Var 8), the period of using a computer hardware (Var 9), propotion of innovative sales in the total sales (Var 10), share of investments on information technology (Var 11), share of investment on computing (Var 12), share

Table 1

Structure of factor analysis indexes of staff motivation at the Ukrainian industrial enterprises

The direction of indexes	Share, %
Economic	15,2
Social	18,7
Technical and technological	31,4
Organizational	30,6
Cognitive	4,1
All	100,0

of investments on software (Var 13), amount of the enterprises' debts on staff salaries (Var 15), share of bonuses of staff costs (Var 15), number of social infrastructure at the enterprise (Var 16), costs on social activities (Var 17), level of hygiene conditions (Var 18), level of training of the staff (Var 19), number of trips overseas per one employee (Var 20), working hours which an average employee spend inside the enterprise (Var 21), working hours which an average employee spend outside the enterprise (Var 22), index of staff's loyalty (Var 23), index of turnover (Var 24), index of staff retired (Var 25), number of conflicts (Var 26), average monthly wage of staff (Var 27). The advancement of the set of indexes provides

us with formalization, comparison, and relations. Moreover, it includes the effect of external conditions and helps to adjust the level of staff motivation depending on spent resources and its effectiveness. Besides, it allows to forecast a prospective significance for exposure the components of staff motivation.

The multiple correlation between some of indexes above causes that the study of each of them separately is not possible. For this reason, the authors excluded some of those factors from further factor analysis (Table 1) [1, 215-216].

The definition of problem determining and assessing the factors which mostly impact on staff motivation at the Ukrainian industrial

Table 2

The value of dispersion of the factor analysis of staff motivation at the Ukrainian industrial enterprises

Number of factors	Owned value of factors	Percentage of dispersion explained	The cumulative percentage of dispersion explained
1	5,2273	44,5	44,5
2	3,5994	19,1	63,6
3	2,3952	13,2	76,8
4	0,9656	9,1	85,9
5	0,5689	10,2	100,0

enterprises operating in the women's clothing manufacturing sector has formalized by linear model of factor analysis with general factors mutually orthogonal f_i and uncorrelated remainders ϵ_i [2, 309-312]:

$$\mathbf{x}_i = \sum_{j=1}^m l_{ij} \mathbf{f}_j + \boldsymbol{\epsilon}_i, \quad (1)$$

were l_{ij} – loading of variable on factor, $l = 1, p, m \leq p$; f_i – general factors mutually orthogonal; ϵ_i – value of variable; m – the numbers of factors.

The value of variables can be presented as the matrix lines of which describe the situation at the enterprises we investigated and the matrix's columns correspond to statistics which characterize the impact on staff motivation at the micro level. In addition to this, the

research showed that structural parameters of the model (elements l_{ij}) and residual dispersion (element ϵ_i) are unknown and need further studying. The results of explained dispersion (variation) is showed in the Table 2. The quality of the replacement of signs on factors characterize the proportion of explained variance: if we have more factors, then the larger proportion of explained variation in the results are.

Now it is possible to move to the system of main factors which retains all advantages of principal components but, at the same time, contains a clear and understandable matrix of factor loadings. The factor loadings are the characteristics of stochastic relationship between input variables and general

Table 3

The intensity of factor loadings of indexes of staff motivation at the Ukrainian industrial enterprises before the procedure of rotation

Index	The value of factor loadings		
	Factor 1	Factor 2	Factor 3
Amount of enterprises's debts on staff salaries (Var 14)	0,829596	-0,237698	-0,076913
Share of bonuses of staff costs (Var 15)	0,808134	0,0423111	0,0754584
Number of social infrastructure at the enterprise (Var 16)	0,688586	0,0524198	0,376801
Rate of capital-management staff (Var 8)	0,218245	0,0250486	0,082077
Coefficient of depreciation of fixed assets (Var 6)	0,084986	0,228472	-0,031659
Information technology costs (Var 11)	0,356872	0,191303	0,460013
Propotion of innovative sales in the total sales (Var 10)	-0,09190	0,0172716	0,230486
Share of the intellectual assets (Var 5)	0,674973	-0,035149	-0,167055
Partial dispersion, %	44,5	19,1	13,1
Total dispersion, %	44,5	63,6	76,8

factors. The value of factor loadings also allow to estimate and compare the factors which are vital for the increasing of the level of staff motivation at the Ukrainian industrial enterprises (Table 3).

Therefore, the factor modeling include eight indicators such as amount of enterprises's debts on personnel salaries, number of social infrastructure at the enterprise, number of social infrastructure at the enterprise, rate of capital-management personnel, coefficient of depreciation of fixed assets, information technology

costs, propotion of innovative sales of the total sales, share of the intellectual assets (Table 4). Taking into account the economic essence of generalized indexes, we can consider them as the components impacting on the dynamics of staff motivation at the Ukrainian industrial enterprises.

So the first factor includes the following indexes: the share of bonuses of staff costs (Var 15), the amount of enterprises's debts on staff salaries (Var 14), and the number of social infrastructure at the enterprise (Var 16). The in-

Table 4

The intensity of factor loadings of indexes of staff motivation at the Ukrainian industrial enterprises after the procedure of rotation

Index	The value of factor loadings		
	Factor 1	Factor 2	Factor 3
Amount of enterprises's debts on staff salaries (Var 14)	0,845596	-0,289194	-0,058534
Share of bonuses of staff costs (Var 15)	0,829871	0,039123	0,244529
Number of social infrastructure at the enterprise (Var 16)	0,675154	0,398304	-0,108244
Rate of capital-management staff (Var 8)	0,675119	0,648308	-0,005471
Coefficient of depreciation of fixed assets (Var 6)	0,612425	0,574211	-0,488338
Information technology costs (Var 11)	0,256312	-0,118758	0,414562
Propotion of innovative sales in the total sales (Var 10)	-0,053217	-0,100587	0,552412
Share of the intellectual assets (Var 5)	0,345308	-0,249039	0,6630729

dexes listed above have such value of factor loadings: 0,829; 0,845 and 0,675. It allows to imply this factor as the economic and social. In this factor the share of bonuses of staff costs mostly impacts on staff motivation what says that the staff at the Ukrainian industrial enterprises are mainly interested in reasonable differentiation of income depending on the level of acquired knowledge, enthusiasm of the responsibilities, respect to the current errands, but not in mechanical increasing of salaries. It is very important because the conditions for the increasing of staff's income

are the improving product's quality, the diversification of range of products, increasing of total sales. Such changes allows to solve financial difficulties both for enterprises and staff. Quite reasonably, the amount of enterprises's debts on personnel salaries negatively impact on staff motivation at the Ukrainian industrial enterprises. It causes that the base for training staff inside the enterprise, attending the conferences, seminars, "round tables" is considerably outdated. Moreover, the level of average prices constantly increase in Ukraine and, in turn, it causes the

staff at the industrial enterprises lose their chances to crawling the career ladder and self-developing [3, 70-74].

The economic and social factor also include the availability of medical and medical-preventive establishments, canteens, sports facilities, cultural facilities, recreational facilities which are used to satisfy the social, cultural and intellectual needs of the employees and members of their families. Because of the quality of medical care is very expensive in Ukraine, not everyone has the possibility to give the proper medical help. For obvious reasons, the functioning of clinics, dispensaries, health units at the enterprises would be able to preserve the health and lives for many working people. And sports facilities (stadiums, swimming pools, sports grounds) are designed for sports and fitness activities would contribute the staff to maintain a healthy lifestyle. It is also important to provide the pre-school and extracurricular institutions because there is a serious

problem of the care for young children (it primarily concerns the working women). The developed social infrastructure gives them the opportunity to strengthen their creativity and to feel the care about themselves and members of their families from the enterprises. After all, it is predicted that the social and economic factor will be a key factor to attracting innovative and intelligent people to the industrial sector.

The second factor includes two indexes which are the rate of capital-management staff (Var 8) and the coefficient of depreciation of fixed assets (Var 6). Accordingly, these indexes have the following value of factor loadings: 0,648 and 0,574. Therefore, this factor can be considered as technological. The rate of capital-management staff has the main positive impact on staff motivation in the second factor. It includes the enterprise's furniture and office equipment, proper lighting and heating, and other good working conditions which must be trouble-free. The informa-

tion technology costs also positively impact on staff motivation and has high value of factor loadings. It knows the most valuable source of obtaining the relevant information is the Internet and modern computer technology. The results of carried out factor analysis confirmed if the greater investments will be done, then the new staff's knowledge, skills and competencies will be gained. It also would be fair to pay close attention to the coefficient of depreciation of fixed assets which negatively impact on staff motivation. It shows that the out-dated technical base cause the decreasing of staff's interest in maintaining and developing their potential [3, 74].

The third factor includes the share of the intellectual assets (Var 5) which factor loading is 0,663 and the proportion of innovative sales in the total sales (Var 10) which factor loading is 0,552. The structure of this factor allows to imply it as innovative. It proved that one of the most serious problem toward the developing Ukrainian enter-

prises is its specialising in manufacturing the low-technical products which take out uncompetitive at the foreign markets. Such situation restrict the export opportunities of industrial enterprises, limit its potential customer base overseas, eliminate the possibility of management personnel to communicate with new business people, make new contacts and friends, learn new traditions, customs, respect the different cultures.

The research showed that there are three main factors impacting on staff motivation at the Ukrainian industrial enterprises. These are economic and social, technological, and innovative. It would be fair to admit that the initial set of inputs variables changed. At the outset, the indexes which characterize the technical level of the enterprise prevailed in it. But the research proved that the social development is the key motivation factor for the staff which work at the Ukrainian industrial enterprises. Consequently, the managers of the industrial enterprises should imple-

ment the measures which will contribute the staff by improving the payment, resuscitating the social infrastructure, upgrading the technical and technological base, setting up further mechanization and computerization of the production.

In general, the analysis of factors impacting on staff motivation at the Ukrainian industrial enterprises during 2006-2016 allows the authors to conclude:

financial incentives is the main motivation factor so HR departments at the Ukrainian industrial enterprises should implement the corresponding measures as soon as possible;

the information technology plays the vital role in the process of staff motivation because it positively affects on the speed of managerial decision-making;

the level of staff motivation will be the indicator of the enterprise's market share in the future.

References

1. Filatov, V.M., Cherkashyna, T.S. (2014) *Socialno-economihni zasadi motivatsii upravlinskogo personalu* (Kharkiv: HNEU named after Simon Kuznets), 220 p.
2. Wooldridge, J. I. (2013) *Introductory Econometrics: A modern approach* (Mason: South- Western, Cengage Learning)
3. Krukova, O.M., Cherkashyna, T.S. (2013) *Problemi socialnogo rozvitku pratsivnikiv na pidpruemstvah legkoi promislovosti*, *Business inform*, 12, pp. 214-218.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ НЕЗАЛЕЖНОГО АУДИТУ В УКРАЇНІ



Кравчук А.О.,

канд. екон. наук, доцент кафедри обліку і аудиту
Одеського державного аграрного університету

Ісаміддінов С.

магістр

Одеського державного аграрного університету

Анотація. Досліджено питання удосконалення вітчизняного законодавства з аудиту. Проведено аналіз стану аудиторської діяльності в Україні. Виявлено тенденцію до зменшення як аудиторів, так і суб'єктів аудиторської діяльності та збільшення обсягу наданих ними послуг, а також зменшення питомої ваги завдань з надання впевненості та збільшення інших професійних послуг. Розкрито проблеми аудиторської діяльності при входженні в європейську спільноту.

Ключові слова: аудит, ринок аудиту, аудиторські послуги, аудиторська діяльність.

Key words: audit, audit market, audit services, audit activity.

Зі становленням незалежності в Україні, появою приватної власності, ускладненням кризових явищ у національній економіці, високим рівнем корупції та зловживань в державному секторі та підприємницькій діяльності, виникли передумови для появи та розвитку незалежної аудиторської діяльності. Так, з 1993 року аудит набув окремого інституту ринкової економіки,

до якого сформувалися та продовжують вдосконалюватись вимоги державного та міжнародного рівня, та який має важливі зобов'язання перед суспільством. Більше 23 років аудит в Україні тільки зароджувався, долаючи перешкоди з недостатністю практичного досвіду, недосконалого законодавства, відсутністю дієвих методик проведення та документування результатів незалежної перевірки, тому процес реформування інституту аудиту сьогодні тільки починається.

Міжнародні стандарти аудиту прийняті в Україні в якості національних стандартів аудиту з 2004 року. Нині в Україні діє переклад нової редакції Міжнародних стандартів контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг видання 2015 року. Всі аудитори зобов'язані дотримуватись Кодексу етики професійних бухгалтерів.

У сфері аудиторської діяльності суб'єктом управління і

контролю є Аудиторська палата України, метою якої є створення системи незалежного фінансово-господарського контролю та сприяння раціональному господарюванню для забезпечення достовірного контролю за доходами і видатками власника та охорони інтересів держави.

Єдині умови та порядок сертифікації аудиторів встановлено нормами Положення про сертифікацію аудиторів, затвердженого рішенням АПУ від 31.05.2007 р. № 178/6 (зі змінами), порядок проведення сертифікації аудиторів банків – нормами Порядку сертифікації аудиторів банків, затвердженого рішенням АПУ від 11.10.2007 р. № 183/3.

Усього в Україні станом на 31.12.2016 р. чинний сертифікат аудитора мали 2646 особи.

Інформація щодо кількості аудиторів у 2012-2016 рр. наведена в табл. 1.

За даними табл. 1 прослідковується тенденція щодо зменшення кількості аудиторів за

Таблиця 1

Інформація щодо кількості аудиторів у 2012-2016 роках

Рік	Кількість аудиторів станом на 31 грудня, осіб
2012	3139
2013	2993
2014	2787
2015	2675
2016	2646

Джерело: опрацювання власне на основі [1]

останні 5 років. За 2016 рік загальна кількість аудиторських фірм та аудиторів склала 1008 суб'єктів.

Дослідження результатів аудиторської діяльності та стану ринку аудиторських послуг свідчить, про те, що упродовж 2016 року з Реєстру аудиторських фірм та аудиторів було виключено 136 суб'єктів аудиторської діяльності, а включено лише 37 суб'єктів аудиторської діяльності.

Так, кількість включених до Реєстру суб'єктів аудиторської діяльності (аудиторських фірм та аудиторів-підприємців) за 2016 рік зменшилася в цілому по Україні на 8,9% (кількість аудиторських фірм – на 7%, а кількість аудиторів-підприємців – на 30,4%), що повторює тенден-

цію до зменшення у 2015 році, в якому загальна кількість суб'єктів порівняно з попереднім роком зменшилась на 16,5% (кількість аудиторських фірм – на 12,7%, а кількість аудиторів-підприємців – на 43,6%).

Найбільше суб'єктів аудиторської діяльності припинили свою діяльність у Донецькій (на 43,8%), Луганській (на 38,5%) та Тернопільській (на 33,3%) областях. Значно зменшилася кількість суб'єктів аудиторської діяльності у Рівненській (на 26,3%), Закарпатській (21,4%) та Івано-Франківській (20%) областях.

Наведена в табл. 2 інформація про кількість суб'єктів аудиторської діяльності за 2012 – 2016 роки вказує на загальну

Таблиця 2

Кількість суб'єктів аудиторської діяльності у 2012– 2016 роках

Рік	Кількість суб'єктів аудиторської діяльності, включених до Реєстру аудиторських фірм та аудиторів станом на 31 грудня	Подано звітів до АПУ		Кількість суб'єктів аудиторської діяльності, що не подали звітність
		Кількість	%	
2012	1 672	1 609	96,2	63
2013	1 488	1 452	97,6	36
2014	1 326	1 272	95,9	54
2015	1 107	1 071	96,8	36
2016	1 008	1 002	99,4	6

Джерело: опрацювання власне на основі [1]

тенденцію до їх зменшення (порівняно з 2012 роком – на 39,7%), що свідчить про відтік суб'єктів господарювання з професії внаслідок дії низки факторів, у тому числі і кризових явищ у суспільстві, і посиленні вимог до аудиторської професії з боку регуляторів, та змін у законодавстві.

Суб'єкти аудиторської діяльності, які не подають звіти, як правило – це суб'єкти, які фактично припинили свою діяльність, тому відсутність інформації від таких суб'єктів фактично не має суттєвого впливу на аналіз загальних показників ринку аудиторських послуг.

Разом із значним зменшенням кількості суб'єктів аудитор-

ської діяльності в Україні (на 8,9%), обсяг наданих послуг суб'єктами аудиторської діяльності в цілому по країні збільшився порівняно з 2015 роком на 12% або на 211 899,7 тис. грн. Так, обсяг доходу від наданих послуг суб'єктами аудиторської діяльності у 2015 році становив 1 761 202,6 тис. грн, а у 2016 році – 1 973 102,3 тис. грн.

У табл. 3 відображено обсяг наданих послуг суб'єктами аудиторської діяльності за 2012–2016 роки.

Так, приріст середнього доходу на одного суб'єкта аудиторської діяльності у 2016 році порівняно з 2015 роком склав 19,7%, а порівняно з 2014 – 93,9%.

Таблиця 3

Обсяг наданих послуг суб'єктами аудиторської діяльності за 2012 – 2016 роки

Рік	Обсяг наданих послуг, тис. грн	Надано звітів	Середній дохід на одного суб'єкта аудиторської діяльності без ПДВ, тис. грн
2012	1 266 826,5	1 609	787,3
2013	1 314 596,3	1 452	905,4
2014	1 291 811,8	1 272	1 015,6
2015	1 761 202,6	1 071	1 644,5
2016	1 973 102,3	1 002	1 969,2

Джерело: опрацювання власне на основі [1]

Таким чином, незважаючи на постійне зменшення кількості суб'єктів підприємницької діяльності, які мають право здійснювати аудиторську діяльність, упродовж останніх шести років спостерігається стійка тенденція до збільшення їхнього доходу.

В Україні за 2016 рік надано аудиторських послуг на загальну суму 1973102,3 тис. грн. З них по місту Києву та Київській обл. – 1634543,8 тис. грн, що становить 82,8% від загальної суми наданих послуг у 2016 році. Таким чином, решта регіонів України надали аудиторських послуг у 2016 році на 338558,5 тис. грн, що становить 17,2% від загальної суми наданих послуг у 2016 році.

Надані суб'єктами аудиторської діяльності у 2016 році аудиторські послуги розподіляються по Україні досить нерівномірно.

У табл. 4 наведено дані про розподіл обсягу за видами послуг у 2016 році у порівнянні із 2015 роком.

Порівняно із попередніми роками у 2016 році майже не змінився розподіл замовлень за видами аудиторських послуг, але у порівнянні із 2015 роком спостерігається незначне коливання показників – найбільш затребуваними являються інші професійні послуги. Як і у минулі роки у більшості регіонів значну частку складає обов'язковий аудит фінансової звітності.

Таблиця 4

Розподіл обсягу за видами послуг у 2016 році порівняно з 2015 роком

Показник	тис. грн		%	
	2015	2016	2015	2016
Всього по Україні надано послуг	1 761 202,6	1 973 102,3	100,0	100,0
Завдання з надання впевненості – всього	771 840,1	847 171,1	43,8	42,9
Супутні послуги – всього	125 215,1	125 031,9	7,1	6,4
Інші професійні послуги – всього	861 244,7	998 564,4	48,9	50,6
Організаційне та методичне забезпечення аудиту – всього	2 902,7	2 334,9	0,2	0,1

Джерело: опрацювання власне на основі [1]

Сьогодні на ринку аудиторських послуг відбуваються об'єднавчі процеси, результатом яких стає укрупнення суб'єктів підприємництва для здійснення аудиторської діяльності.

Попри всі перешкоди, аудит в Україні розвивався орієнтуючись на європейський досвід. Упродовж історії розвитку аудиторської діяльності в Україні виникли великі вітчизняні фірми та з'явилися фахівців високого рівня. При цьому в нашому суспільстві низький рівень попиту на якісний аудит та відсутність обов'язкового аудиту фінансової звітності для непублічних компаній (крім фінансових) не-

залежно від обороту. Тому, ринок аудиту порівняно невеликий при великій кількості суб'єктів підприємницької діяльності. Така ситуація породжує демпінг цін на послуги та втрату незалежності аудиторів. Крім того, відбувається непропорційне обмеження конкуренції у сфері аудиторської діяльності всупереч вимогам Конституції України. Йдеться саме про наміри влади щорічно залучати до проведення аудиту ключових державних підприємств лише міжнародні компанії.

Постановою Кабінету Міністрів України «Про деякі питання проведення аудиту фінансо-

вої звітності суб'єктів господарювання державного сектору економіки» від 04.06.2015 р. № 390 затверджуються критерії, за якими залучаються аудиторські фірми до проведення аудиту фінансової звітності або консолідованої фінансової звітності деяких суб'єктів господарювання державного сектору економіки, та передбачається, що до проведення аудиту можуть бути залучені виключно аудиторські фірми, які відповідають певним критеріям. Якщо проаналізувати щорічну узагальнену інформацію Аудиторської палати України про стан аудиторської діяльності в країні та порівняти її з тими критеріями, які встановлені для аудиторських фірм, що можуть проводити аудит фінансової звітності суб'єктів господарювання державного сектору економіки, то виявиться, що зазначеним критеріям відповідають лише аудиторські фірми, які належать до так званої «великої четвірки», декілька фірм, що входять до міжнародних ме-

реж, які якраз і налічують необхідну кількість фахівців з міжнародними дипломами, а також ще з десятком аудиторських фірм. Водночас вітчизняні аудитори практично позбавлені права посперечатись за можливість проведення аудиту держаних підприємств.

Лобювання інтересів «великої четвірки» простежується ще з Програми діяльності Кабінету Міністрів України, схваленої Верховною Радою України 11.12.2014 р., якою було передбачено залучення міжнародних фірм до аудиту ключових державних підприємств.

Не є великою таємницею, що майже 60 % ринку аудиторських послуг в Україні на сьогодні займають саме фірми «великої четвірки» та міжнародних мереж.

Проте аналіз результатів аудиторської діяльності та стану ринку аудиторських послуг свідчить про те, що аудиторський ринок якісно змінюється внаслідок дії низки факторів, зокрема кризових явищ у суспільстві,

посиленні вимог до аудиторської професії з боку регуляторів, змін в законодавстві. Одночасно зі зменшенням кількості суб'єктів аудиторської діяльності в Реєстрі аудиторських фірм (на 8,9%) спостерігається тенденція до збільшення обсягу наданих послуг.

Антимонопольний комітет схвалив рекомендації Міністерству економічного розвитку і торгівлі України розробити, погодити та внести на розгляд Кабінету Міністрів України зміни до Постанови № 390 в частині перегляду затверджених цією Постановою критеріїв, з метою забезпечення аудиторським фірмам, що внесені до Реєстру аудиторських фірм та аудиторів України (ведення якого, згідно статті 12 Закону України «Про аудиторську діяльність» [2] віднесено до повноважень АПУ), рівних можливостей щодо проведення аудиту фінансової звітності або консолідованої звітності суб'єктів господарювання державного сектору економіки з

урахуванням їх власних досягнень, якості послуг, показників діяльності, що повинні визначатися на підставі об'єктивних, прозорих та недискримінаційних критеріїв; недопущення негативного впливу на конкуренцію на ринку аудиторських послуг у разі встановлення суб'єктами господарювання державного сектору економіки додаткових критеріїв, не передбачених Постановою № 390 [3].

Також після підписання у 2014 році Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, Україна зобов'язалася поступово наблизити своє законодавство з питань бухгалтерського обліку та аудиту до законодавства ЄС, зокрема, шляхом впровадження в національне законодавство до 01.11.2017 р. вимог Директива № 2006/43/ЄС (зі змінами) [4; 5].

А отже, можна стверджувати, про подальше зростання ринку аудиторських послуг, що розпочнеться з поліпшенням загальних економічних умов і, як на-

слідок цього, зі збільшенням кількості і вартості операцій.

Література

1. Звіти Аудиторської палати України до Кабінету Міністрів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.apu.com.ua/zvit-do-kmu>. (дата звернення 15.12.2017 р.)
2. Про аудиторську діяльність: Закон України від 22.04.1993 р. № 3125-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=3125-12>. (дата звернення 14.12.2017 р.)
3. Бойко О. Майбутнє вітчизняного аудиту в умовах нерівної конкуренції /О. Бойко. – Платформа Ліга Закон. – 2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ips.ligazakon.net>. (дата звернення 16.12.2017 р.)
4. Директива 2006/43/ЄС Європейського Парламенту та Ради про обов'язковий аудит річної звітності та консолідованої звітності. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/994_844. (дата звернення 11.12.2017 р.)
5. Директива 2014/56/ЄС Європейського парламенту та Ради від 16 квітня 2014 р., що вносить зміни до Директиви 2006/43/ЄС про обов'язковий аудит річних звітів та консолідованих звітів (стосується Європейського економічного простору). [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.apu.com.ua/attachments/article/762/Direktiva%202014-56-EU.pdf>. (дата звернення 11.12.2017 р.)
6. Гришова І.Ю. Визначення рівня економічної стійкості підприємств на основі показників ефективності./ О.В. Глушко, І.Ю. Гришова, М.Ю. Щербата// Економічний часопис-XXI. – 2015. – № 155(11-12). – С. 82-86.
7. Kravchuk A. A. Model of economic development enterprise in the context of European integration / T. S. Shabatura, A. A. Kravchuk, T. M. Hnatieva / Науковий вісник Полісся. – 2017. – № 3 (11). Ч. 2. – С. 89-94.

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА ЧИННИКИ

Ткач Т.П., Ільченко І.Г., Іщенко С.В.

Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського

Ключові слова: інвестиційна привабливість підприємства

Keywords: investment attractiveness of the enterprise

В сучасних умовах суб'єктам господарювання стає все складніше підтримувати власну конкурентоспроможність. Стійкість конкурентних позицій в динамічному середовищі можливо забезпечити лише за умови постійного розвитку, вдосконалення, інноватизації, що потребує постійного залучення інвестиційних ресурсів як з внутрішніх, так і з зовнішніх джерел. Інвестиційна привабливість підприємств за таких умов стає одним з ключових елементів успішної інвестиційної діяльності, економічного зростання та стійкого розвитку.

Підвищення уваги в академічному середовищі до напрямку поведінкової економіки, ви-

магає враховувати при визначенні економічних категорій на працювання в інших галузях наук. Так, академік НАН України Богдан Данилишин зазначає: «Якщо ми підходимо до економіки як до наукової дисципліни і, одночасно з цим, як до сфери активної діяльності людини, то ми повинні прагнути забезпечити системність знань. Було б великою помилкою ігнорувати досягнення інших наукових дисциплін, наприклад, таких, як культурологія, психологія, соціологія, медицина при систематизації вже наявних і синтезі нових знань в економіці». [1].

Формуючи уявлення про інвестиційну привабливість як

економічну категорію, слід звернути увагу на те, як категорія «привабливість» трактується в психології. Так, в енциклопедії практичної психології знаходимо визначення, що «привабливість – здатність об'єкта (або суб'єкта) притягати до себе позитивну увагу, викликати інтерес, радість і бажання повторити контакт». В тому ж джерелі привабливість людини визначається, як «сукупність якостей і рис (особистісних, професійних, соціальних), які виділяють людину на тлі інших і роблять її цікавою для оточуючих» [2].

З визначенням «привабливості» у психології найбільше перекликається трактування, надане О.Г. Мельник: «...сукупність фінансово-економічних, соціальних, логістичних, технологічно-майнових, адміністративно-правових, партнерських, іміджево-брендових, товарних характеристик підприємства, які забезпечують його пріоритетне становище у конкурентній боротьбі за інвестиційні ресур-

си», яке, по-перше, містить широкий перелік «якостей і рис» підприємства, а по-друге, наголошує на тому, що інвестиційна привабливість характеризує пріоритетність суб'єкта господарювання у конкурентній боротьбі, тобто виділяє його серед сукупності інших підприємств та привертає до нього позитивну увагу існуючих або потенційних інвесторів.

Важливим елементом термінологічного опрацювання категорії «інвестиційна привабливість підприємства» є ідентифікація чинників, що її зумовлюють (рис. 1). В сучасних умовах не можна оминати увагою, такий особливий вид стратегічних ресурсів підприємства, як знання. Унікальність накопичених кожним підприємством знань може виступати важливим чинником формування його інвестиційної привабливості і вагомою її складовою, бо в умовах економіки знань саме цей ресурс набуває першочергового значення і стає рушійною силою

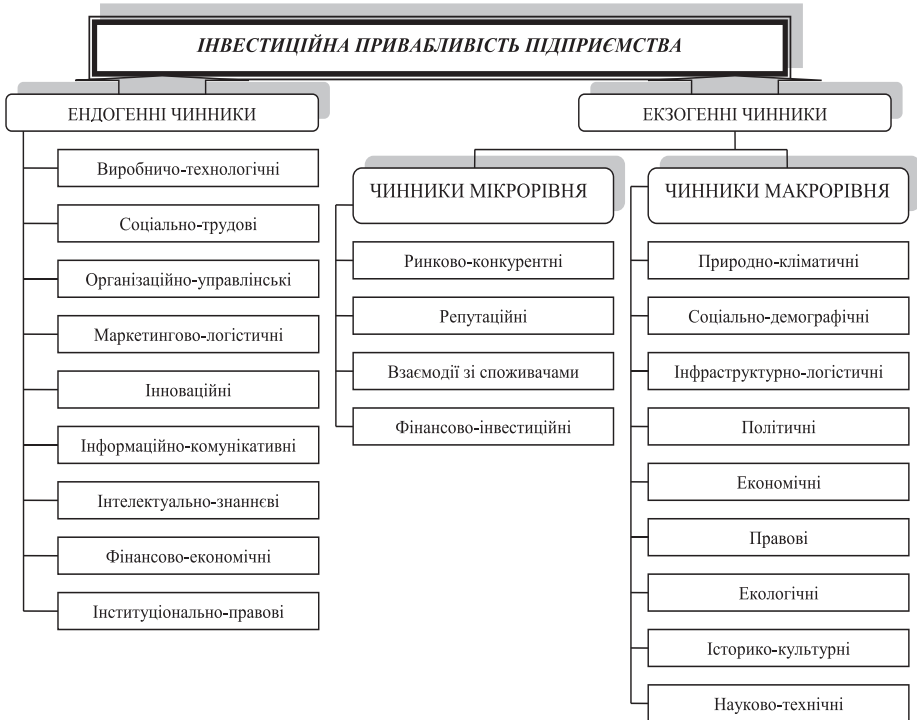


Рис. 1.1 Чинники формування інвестиційного потенціалу підприємства

розвитку та ефекту синергії у використанні всіх інших видів ресурсів.

З урахуванням дослідження складу чинників формування та за результатами вивчення думок науковців щодо сутності поняття «інвестиційна привабливість підприємства» вважаємо за доцільне сформулювати наступне визначення терміну: інвестиційна привабливість підприємства – це комплексна характеристика

суб'єкта господарювання, що включає інтегральну оцінку внутрішніх виробничо-технологічних, соціально-трудових, організаційно-управлінських, маркетингово-логістичних, інноваційних, інформативно-комунікаційних, інтелектуально-знаннєвих, фінансово-економічних, інституціонально-правових складових та зовнішніх природно-кліматичних, соціально-демографічних, політичних,

інфраструктурно-логістичних, економічних, правових, екологічних, історико-культурних, науково-технічних, ринково-конкурентних, репутаційних, чинників взаємодії зі споживачами та фінансово-інвестиційних чинників, яка з урахуванням ви-мог, цілей та очікувань явних або потенційних інвесторів дозволяє судити в певний момент часу в конкретних умовах про ступінь узгодженості можливостей підприємства та намірів інвестора, рівня інвестиційного ризику та очікуваних інвестиційних вигод, що дозволяє встановити пріори-

тетність суб'єкта господарювання у конкурентній боротьбі за інвестиційні ресурси.

Література:

1. Данилишин Б. Як економіка залежить від поведінки людини // Новое время. – Режим доступу: <http://nv.ua/ukr/opinion/danylyshyn/jak-ekonomika-zalezhit-vid-povedinki-ljudini-2008185.html> (Дата звернення: 11.12.2017).
2. Психологіс: енциклопедія практичної психології [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://psychologis.com.ua/> (Дата звернення: 11.12.2017).
3. Смоляр Л.Г. Знання як стратегічний ресурс сучасного підприємства / Л.Г. Смоляр, Н.В. Коба // Вісник Національного університету „Львівська політехніка”: Проблеми економіки та управління. 2008. – № 628. С. 641-647.

