

Список використаних джерел

1. Getz, D. (2019). Event management and event tourism. Cognizant Communication Corporation.
2. Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2016). Events management. Routledge.
3. Shone, A., & Parry, B. (Eds.). (2017). Successful event management: A practical handbook. Cengage Learning EMEA.
4. Crompton, J. L. (2019). Event tourism: Definition, evolution, and research. Routledge.
5. Finkel, R., & Petrick, J. F. (2019). Event planning and management: A practical handbook for PR and events professionals. Routledge.

***Abstract:** The value of event management as an important component of marketing strategy in the hospitality industry, which helps to attract new customers, retain existing ones, increase brand recognition and increase customer satisfaction, is revealed. It helps companies attract the attention of customers and ensure their satisfaction, which in turn helps the company to increase its profits and increase its level of competitiveness.*

***Keywords:** hospitality industry, event management, events.*

Науковий керівник:

Кушнірук В.С.,

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри готельно-ресторанної справи

та організації бізнесу,

Миколаївський національний аграрний університет

УДК 334.722

НАПРЯМКИ СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ

Данильчук Юлія Романівна,

здобувач вищої освіти 281 Публічне управління та адміністрування

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв, Україна

***Анотація:** розглянуто напрямки сприяння розвитку бізнесу в територіальних громадах, питання щодо розпорядження майном, розробки та контролю програм соціально-економічного та культурного розвитку,*

призначення соціальних виплат та субсидій. Окрема увага приділяється ролі малого та середнього бізнесу в розвитку економіки України.

Ключові слова: *територіальні громади, мале та середнє підприємництво, соціальні виплати, субсидії, розвиток економіки.*

Сучасні умови розвитку бізнесу в Україні характеризуються серйозними викликами та труднощами. Аспектами функціонування середнього та малого підприємництва займаються багато науковців та дослідників. Як правило, такі види бізнесу розвиваються в територіальних громадах.

Тему малого та середнього бізнесу в реаліях вітчизняної економіки висвітлюють у своїх працях багато вітчизняних науковців та дослідників, зокрема О. Кузьмін, С. Соболев, Б. Данилишин, Р. Рудік, М. Козоріз, С. Реверчук, З. Герасимчук, О. Барановський, З. Варналій, М. Бутко та інші.

Сьогодні дуже важко розвивати бізнес. Через війну майже третина представників українського малого та середнього бізнесу розширили свою діяльність на іноземних споживачів. Водночас 28% українських МСП, які працювали під час війни, вже розширили свою діяльність на іноземних клієнтів. Ще 21% планують почати це робити в майбутньому [1].

Наразі українські підприємці здебільшого продають свої товари та послуги на ринках США (30%), Польщі (27%), Німеччини (13%), Великої Британії (10%), Литви (10%) та Канади (10%). Основними бар'єрами для виходу малих і середніх підприємств на зовнішні ринки є відсутність фінансових ресурсів (29%), спеціальних знань (27%) і відсутність виробничих потужностей (12%). Потенційними українськими бестселерами є: одяг від українських дизайнерів (28%), крафтові продукти (26%) та прикраси, в тому числі ювелірні (23%) [2].

Більшість середніх і малих підприємств України були зосереджені в місті Києві, Дніпрі, Одесі, Львові та Харкові. Найменше середніх і малих підприємств зареєстровано в Закарпатській, Волинській, Рівненській, Сумській, Тернопільській та Чернівецькій областях.

Повноваження територіальних громад в Україні визначається статтею 143 Конституції України. Територіальні громади міст, міст і сіл безпосередньо або через створені ними органи місцевого самоврядування розпоряджаються майном, що є у комунальній власності; затверджують програми соціально-економічного та культурного розвитку та контролюють їх виконання; затверджують бюджети відповідних адміністративно-територіальних одиниць та контролює їх виконання.

У територіальних громадах можна отримати казначейське обслуговування та пенсійне забезпечення, йдеться також про призначення різних соціальних виплат і субсидій. Об'єднані громади зможуть розвивати медичну сферу за рахунок власних доходів. Усі адміністративні питання тепер вирішує один центр НСЗУ. Їх кількість в Україні постійно зростає.

Існує три фінансові складові громади: власні кошти, дотації та субсидії, а також спонсорські кошти. Власні ресурси формуються з 60% податку на доходи

фізичних осіб (зараз 0%); право розпоряджатися землею на території громад; 25% екологічний податок; 5% акцизного податку з реалізації підакцизних товарів; 100% єдиного податку, 100% податку на прибуток підприємств та фінансових установ з комунальної власності; 100% податок на майно (нерухомість, земля, транспорт).

Кожен платник податку на доходи фізичних осіб повинен розуміти, що якщо він сплачуватиме податок за місцем здійснення діяльності, то матиме авторитет і повагу в суспільстві. Тоді керівництво громади поблажливо ставиться до його діяльності і навіть сприяє. Наприклад, організує зупинку громадського транспорту біля підприємства для зручності добирання працівників, підремонтує дорогу, піде на зустріч щодо змін у системі водопостачання чи каналізації, організовує благоустрій прилеглих територій тощо.

Мале та середнє підприємництво є одним із основних напрямів розвитку економіки України. Малий та середній бізнес є ініціатором впровадження інноваційних процесів, фактором зниження безробіття в країні, розвитку здорової конкуренції на ринку тощо. Без ефективної державної підтримки неможливий розвиток малого та середнього бізнесу.

Держава не може розвивати свою економіку без розвитку приватного підприємництва, при цьому важливу роль відіграє діяльність малого та середнього бізнесу. Проте рівень розвитку малого та середнього бізнесу в Україні значно нижчий, ніж у багатьох розвинених країнах Європи. Українська економіка має всі можливості для розвитку бізнесу, що потребує додаткових реформ та досліджень у цій сфері.

Уряду необхідно розробити та запровадити механізм ефективної взаємодії держави з бізнесом і, зокрема, з фізичними особами-підприємцями. Відсутність такого механізму в першу чергу свідчить про ігнорування державою малого бізнесу, мікропідприємства та фізичних осіб-підприємців. Подальші дослідження слід зосередити на розробці ефективного механізму підтримки малого та середнього бізнесу у співпраці з вітчизняним урядом.

Список використаних джерел

1. Бізнес під час війни: скільки підприємців почали працювати "на закордон". URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/09/27/691914/>
2. Хроніка війни Росії проти України: що відбувається з фінансовою системою. URL: <https://finclub.net/ua/news/khronika-viiny-rosii-proti-ukrainy-shcho-vidbuvaietsia-z-finansovoiu-systemoiu.html>

***Abstract:** The areas of promoting business development in territorial communities, issues related to property management, development and control of socio-economic and cultural development programs, assignment of social payments and subsidies were reviewed. Particular attention is paid to the role of small and medium-sized businesses in the growth of the Ukrainian economy.*

***Keywords:** territorial communities, small and medium-sized enterprises, social payments, subsidies, economic development.*

Науковий керівник:
Шишпанова Н.О.,
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри публічного управління та адміністрування
і міжнародної економіки,
Миколаївський національний аграрний університет

УДК 331.108.5

МОТИВАЦІЯ, ЯК ВАЖЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Ден Юлія Олександрівна,
здобувач вищої освіти спеціальності 071 «Облік і оподаткування»
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв, Україна

Анотація: встановлено, що важливим інструментом для нормальної роботи персоналу на підприємстві в є мотивація. Проаналізовано ключові види стимулювання працівників. Запропоновано напрями вдосконалення системи заохочення персоналу на підприємствах.

Ключові слова: мотивація, персонал, управління, війна, людський капітал.

Актуальною проблемою в наш час є управління персоналом в умовах війни. Військовий стан став справжнім випробування не лише для бізнесу, а й для кожного співробітника. Через щоденні виклики важливим питанням залишається управління людським капіталом в умовах війни, а також дослідження актуальних практик у сфері управління людьми.

За результатами дослідження кадрового порталу gcr.ua важливим інструментом для ефективної роботи персоналу на підприємстві в є мотивація – це спонукання працівника до діяльності, корисної для організації в якій він працює[1]. В її основі лежать не тільки важливі потреби працівника, але й можливість задовольнити ці потреби, працюючи на даному підприємстві.