

місцевої влади та розвиток регіонального самоврядування» надає фінансову та технічну підтримку ОТГ для здійснення їхніх повноважень та розвитку.

3. Інвестиційні проекти. ОТГ можуть залучати фінансування на розвиток своїх територій шляхом реалізації інвестиційних проектів з державними та приватними інвесторами.

4. Фонд регіонального розвитку. Це спеціальний фонд, створений з метою фінансування регіональних проектів та ініціатив, які сприяють розвитку ОТГ.

5. Інші джерела.

На даний момент процес об'єднання територіальних громад в Україні вже завершено, тим не менше, їх подальший розвиток є складним процесом, який вимагає ретельного аналізу законодавства, яке регулює цю сферу державного розвитку, а також потребує вивчення особливостей його фінансового забезпечення.

Перелік використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України <https://ips.ligazakon.net/document/T102456>
2. Закон України "Про місцеве самоврядування в Україні" https://ips.ligazakon.net/document/view/Z970280?ed=2021_02_19
3. Закон України «Про Державний бюджет України на 2023 рік» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2710-20#Text>

УДК 331.103.32

Зембала Юліта Кінга

студентка групи МЕНзмсв-11
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Кондрацька Лілія

кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль, Україна

Julita Kinga Zembala

Student of the group MENzmsv-11
West Ukrainian National University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Kondratska Liliya

PhD (Economics), Associate Professor
Associate Professor of the Department of International Tourism and Hospitality Business
West Ukrainian National University
Ternopil, Ukraine

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД СИСТЕМИ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ INTERNATIONAL EXPERIENCE OF THE STAFF DEVELOPMENT SYSTEM AT THE ENTERPRISE

У сучасних умовах, що характеризуються швидким старінням знань, умінь та практичних навичок, одним із вагомих факторів забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку є необхідність постійно підвищувати фаховий рівень своїх працівників.

Для підприємств різних країн світу характерні свої системи розвитку персоналу, методи й інструменти їх реалізацій, котрі обумовлені національно-культурними особливостями держави. В таблиці 1 наведено найбільш характерні риси систем розвитку

персоналу на підприємствах різних форм власності, а саме японську, американську, французьку, британську, німецьку, італійську та українську.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика особливостей систем управління персоналом різних країн світу

Японія	США	Німеччина	
<ul style="list-style-type: none"> – оплата праці визначається врахуванням віку, стажу роботи, освіти та здібностей до виконання поставленого завдання; – початкове вивчення сильних і слабких сторін особистості працівника і підбір для нього відповідного робочого місця; – висока залежність працівників від фірми; – система «довічного найму»; – пріоритет колективним формам; – система управління трудовою діяльністю є колективістською, інноваційно-орієнтованою, соціально-спрямованою, централізованою, горизонтально спеціалізованою, самоконтрольованою; – Японська філософія менеджменту ґрунтується на традиціях поваги до старших, колективізму, загальної згоди, ввічливості, відданості ідеалам фірми. 	<ul style="list-style-type: none"> – система «Pay for Performance» – «плата за виконання»; – принцип індивідуалізму; – механізм індивідуалізації ЗП; – персонал розглядається як основне джерело підвищення ефективності виробництва; – підбір здійснюється за такими критеріями, як освіта, практичний досвід роботи, психологічна сумісність, уміння працювати в колективі; – орієнтація на вузьку спеціалізацію менеджерів, інженерів, вчених; – практично всі великі та більшість середніх підприємств США здійснюють власні програми навчання. 	<ul style="list-style-type: none"> – спільна участь у наглядових радах фірм представників капіталу й найманої праці; – виробничі ради на підприємствах; – увага приділяється перепідготовці працівників служб персоналу за програмами стажування; – проводяться тренінги на суміжних посадах; – посадові інструкції із збалансованими обов'язками та правами; – використовуються різні види оплати праці в залежності від рівня кваліфікації, досвіду, володіння новими методами роботи, знання іноземних мов і т.п. 	
Франція	Великобританія	Італія	Україна
<ul style="list-style-type: none"> – використання конкурсів під час заміщення різних посад; – зв'язок просування по службі з перепідготовкою та підвищенням рівням знань; – навчання всіх працівників за програмою «Психологія спілкування»; – інформування персоналу про вакансії. 	<ul style="list-style-type: none"> – стандартизована система «Інвестори в людей»; – зобов'язання розвивати усіх співробітників для досягнення стратегічних цілей та завдань; – переглядаються потреби у навчанні та розвитку відповідно до конкурентної стратегії; – проводяться відповідні заходи з підтримки навчання та розвитку серед співробітників. 	<ul style="list-style-type: none"> – на півночі країни використовують американські методи управління персоналом; – у південних районах діє «радянська» система добору персоналу та переміщення кадрів на основі суб'єктивних чинників: родинних та дружніх зв'язків і т. ін.; – відсутні стимули, що сприяють підвищенню кваліфікації; – пріоритет надають адміністративним методам управління, а не економіко-соціального характеру. 	<ul style="list-style-type: none"> – низька продуктивність праці; – висока плінність кадрів; – несприятливий соціально-психологічний клімат; – відсутня на підприємствах єдина система роботи з кадрами; – персонал не знає про перспективи розвитку підприємства; – відсутність коштів на розвиток персоналу.

Примітка: сформовано автором на основі [1]

Так, аналіз міжнародного досвіду показав, що, на першому місці американської філософії бізнесу виступає заохочення індивідуалізму робітників, їхня орієнтація на прибуток компанії і залежність власного доходу від нього. В Японії ж особлива увага надається вивченню працівника, його сильних та слабких сторін, а вже в межах отриманих результатів йому надається посада, визначаються службові обов'язки та оснащується робоче місце. Щодо

німецької системи, то найбільше уваги приділяється перепідготовці працівників, стажуванню, проведенню тренінгів на суміжних посадах тощо. На підприємствах Франції до рівня працівників висуваються високі вимоги, зумовлені наявністю жорсткої конкуренції. Підприємства Італії в процесі управління персоналом здебільшого опираються на американські методи формування стратегії розвитку працівників із застосуванням адміністративних методів.

Отриманий досвід провідних країн світу дає змогу сформувати свою ефективну на практиці систему розвитку працівників для роботи вітчизняних підприємств, адже на сьогоднішній день наявна система не дає якісного оновлення персоналу. Зараз спостерігаються лише висока плинність кадрів, низька продуктивність праці, несприятливий клімат, відсутність коштів на розвиток персоналу і т.п.

Отже, підсумовуючи слід зазначити, що зарубіжна практика управління персоналом спрямована, насамперед, на формування ефективно працюючого колективу, який за рахунок високої вмотивованості та професіоналізму буде досягати високих результатів діяльності. Саме тому іноземну практику необхідно використовувати на вітчизняних підприємствах, але водночас не забувати про багаторічний вітчизняний досвід та особливості політичної та економічної ситуації.

Перелік використаних джерел:

1. Шостак Л.В. Зарубіжний досвід управління персоналом. *Приазовський економічний вісник*. 2018. Вип. 3(08). С. 94-99.

УДК 659.4

Зяйлик Марія

кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Mariia Ziailyk

PhD (Economics), Associate Professor
Associate Professor of the Department of Management and Administration
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ UKRAINIAN PUBLIC RELATIONS MARKET

Зв'язки з громадськістю – наука відносно молода, в Україні появилася зовсім недавно. Поступово вона розвивалася і у своєму розвитку пройшла всі етапи зростання. Сьогодні PR знаходиться на етапі зрілості, вона і надалі стрімко розвивається, не дивлячись ні на пандемію, ні на війну. Тому, питання розвитку сфери зв'язків з громадськістю є надзвичайно актуальним в наші дні для нашої держави.

За роки її існування на ринку сфери професійних послуг, зв'язки з громадськістю пройшли значний шлях розвитку. Поступово PR розросталася, відокремлювалась у окремий маркетинговий підрозділ. До послуг спеціалістів по зв'язках з громадськістю кожний рік зверталось все більше та більше підприємств та організацій.

Дуже довго панувала думка, що зв'язки з громадськістю являються важливою складовою маркетингових комунікацій. Оскільки маркетингова діяльність охоплює практично майже всі сфери життя суспільства, вважається, що PR виконує її функцію. На жаль, зв'язки з громадськістю дуже часто ототожнюють з рекламою і розглядають її лише як специфічний рекламний засіб.