

Отже, основні відмінності між групами («х», «у», або «z») полягають у рівні мотивації, кваліфікації, старанності працівників; складі та морально-психологічному кліматі всередині групи, а також у ефективності та результативності їх праці.

### Література:

1. Клейнер Г. Б. Кадровая стратегия предприятия: систематизация и основные варианты. *Труды Вольного экономического общества*. 2009. Том № 125. М. : ВЭО. С. 1–9. URL : <https://kleiner.ru/wp-content/uploads/2014/12/Kadrovaya-strategiya-predpriyatiya.pdf>.

2. Бурковська А., Романчик М. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств через стратегічне управління людськими ресурсами. *Agricultural and Resource Economics : International Scientific E-Journal*. 2016. Vol. 2. № 4. Р. 43–51.

3. Петрова І. Л. Стратегічне управління людськими ресурсами : навч. посібник. К. : КНЕУ, 2013. 466 с. URL : [https://library.krok.edu.ua/media/library/category/navchalni-posibniki/petrova\\_0003.pdf](https://library.krok.edu.ua/media/library/category/navchalni-posibniki/petrova_0003.pdf).

## ВПЛИВ СПЕЦИФІЧНОГО АКЦИЗНОГО ОПОДАТКУВАННЯ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

*Волощук Р. Є., к.е.н., ст. викладач  
Вінницький навчально-науковий інститут економіки  
Західноукраїнського національного університету*

Акцизний податок займає особливе місце у податковій системі кожної держави, адже окрім значного фіскального значення, здійснює вагомий регулювальний вплив на виробництво та споживання окремих категорій товарів. В Україні акцизний податок запроваджений на товари з високою рентабельністю (алкогольні напої, тютюнові вироби, іноземні автомобілі, електрична енергія) з метою вилучення до бюджету отриманих надприбутків від виробництва таких товарів та створення приблизно однакових економічних умов господарської діяльності для всіх підприємств.

Специфічне акцизне оподаткування використовується і безпосередньо для зменшення виробництва товарів, які не вважаються необхідними. Високі ціни на підакцизні товари впливають не тільки на кількість вироблених одиниць, а й на обсяги споживання. Акцизний податок запроваджується і для впливу на кінцевих споживачів для зменшення обсягів придбання певних високорентабельних товарів, споживання якої вважається шкідливим, наприклад алкогольних напоїв і тютюнових виробів.

У теоретичному плані акцизний податок виключає можливість обмеження інтересів виробників і продавців підакцизних товарів, адже джерелом його сплати є доходи кінцевих споживачів. Однак в окремих

випадках платником акцизного податку може стати виробник або продавець, тоді джерелом його сплати стає прибуток і специфічний акциз приймає риси прямого оподаткування. Такі ситуації можуть виникнути в декількох випадках: пропозиція підакцизних товарів значно перевищує платоспроможний попит на них через перенасичення ними ринку; попит на підакцизну продукцію падає через велику частку акцизного податку у ціні, що робить товар недоступним основній масі споживачів; абсолютне або відносне зниження реальних доходів населення; неконкурентоспроможність підакцизних товарів, труднощі їхньої реалізації тощо. У будь-якому з названих випадків платникам акцизного податку доводиться або знижувати ціни шляхом зменшення витрат виробництва або прибутку, або скорочувати обсяги виробництва та реалізації. В цьому проявляється регулююча роль акцизного податку, спрямована на стримування ділової активності, стимулювання підприємств в підвищенні конкурентоспроможності підакцизної продукції та зниження витрат виробництва шляхом впровадження нової техніки, технологій тощо [1, с.54].

Збільшення цін продажу за рахунок включення до них акцизного податку призводить до зниження купівельного попиту та конкурентоспроможності підакцизної продукції, адже ціна є однією з найважливіших її складових. У свою чергу, зниження конкурентоспроможності підакцизної продукції негативно впливає на обсяг реалізації, а отже, на величину собівартості й прибутку підприємства. Акцизний податок зменшує дохід (виручку) від реалізації продукції підприємства. Послабити такий негативний вплив специфічного акцизу можна шляхом збільшення ціни, або шляхом зниження витрат. Останнє більш ефективніше, адже зменшення витрат на 1 грн збільшує прибуток теж на 1 грн, а збільшення виручки на 1 грн збільшує прибуток лише на  $(1 - \text{ставка акцизного податку})$  грн.

Вплив за допомогою акцизного податку на рентабельність виробництва окремих товарів дозволяє зменшити бажання виробників до входження в такі сфери бізнесу, як виробництво спирту, алкоголю, тютюну, видобуток нафти. Ці виробництва об'єктивно мають високу рентабельність через низькі витрати та високі ринкові ціни на готову продукцію. Акцизний податок, таким чином, по-перше, акумулює до бюджету частину надприбутків, по-друге, перешкоджає концентрації економіки у даних виробничих сферах.

Акцизний податок стимулює виробництво більш якісної продукції, що здійснюється шляхом встановлення специфічних ставок цього податку. Для виробників сплата акцизного податку за фіксованої ставки з одиниці продукції є стимулом для виробництва більш дорогих виробів, поліпшення їх споживчих якостей, дизайну тощо, підвищення їх рентабельності. Для кінцевого споживача встановлення специфічних ставок означає деяке зниження ціни на більш якісні, дорогі вироби, а отже, збільшується можливість їх споживання [2, с.63].

Негативний вплив на фінансовий стан суб'єктів господарювання справляє сплата акцизного податку з ввезених підакцизних товарів на митну територію України. Суб'єкти господарювання зобов'язані сплатити акцизний податок під час митного оформлення товару, а за алкогольні та тютюнові вироби під час

придбання марок акцизного податку. Відшкодування цих коштів відбувається тільки після реалізації товарів споживачам. Отже, матиме місце іммобілізація оборотних коштів суб'єктів господарювання. Водночас варто звернути увагу на те, що в разі імпорту підакцизних товарів, як правило, не дозволяється використовувати векселі для розрахунків з бюджетом, що робить неможливим відкласти сплату акцизного податку.

Таким чином, акцизний податок є ефективним регулятором виробничої діяльності суб'єктів господарювання, він опосередковано орієнтує керівника підприємства на створення зростання прибутку шляхом зниження собівартості та підвищення ефективності виробництва. Акцизний податок здійснює негативний і позитивний вплив на діяльність підприємств, тому важливим завданням податкового регулювання діяльності суб'єктів господарювання є підсилення позитивного впливу специфічного акцизу та послаблення його негативного впливу.

### **Література:**

1. Зарипова Н. Д. Анализ влияния налогов на результаты деятельности организаций. *Экономика, Статистика и Информатика*. 2014. №3. С. 58–63.
2. Тегетаева О. Р. Роль акцизного налогообложения в регулировании экономических процессов. *TERRA ECONOMICUS*. 2012. Т. 10. №2. Ч. 2. С. 60–64.

## **ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ ПЕРСОНАЛУ**

*Гладка О.І., к.е.н.  
Федорова В.О., к.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній  
університет*

Маркетинг персоналу – це управлінська діяльність підприємства, спрямована на одночасне задоволення його потреб у необхідному персоналі та виявлених потреб наявних та потенційних працівників шляхом утримання (або залучення) їх за допомогою комплексу заходів, що забезпечують привабливість посад / вакансій, виплат / винагород тощо. Основною метою маркетингової діяльності персоналу є забезпечення привабливості підприємства як роботодавця. Для її формування та підтримання на певному рівні на ринку праці надзвичайно важливо мати стратегію. Ця стратегія повинна враховувати очікування та потреби як потенційних, так і наявних працівників, тобто мати комплексний підхід.

Важливість застосування цього підходу при розробці стратегії маркетингу персоналу пояснюється тим, що рівень привабливості підприємства як роботодавця оцінюється не лише наявним персоналом, а й колишніми працівниками та новими заявниками / кандидатами.

Враховуючи все вищезазначене, стратегію маркетингу персоналу