

### Література:

1. Мотивація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://motive4you.ru/work/metodi-motivacii-personala>. – Заголовок з екрану.
2. Види мотивація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.be5.biz/ekonomika/mzea/28.htm>. – Заголовок з екрану.
3. Класифікація мотивації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://elkniga.info/book\\_203\\_glava\\_23\\_5.1\\_Ponjattja\\_motiva%D1%81%D1%96%D1%97,\\_%D1%97.html](http://elkniga.info/book_203_glava_23_5.1_Ponjattja_motiva%D1%81%D1%96%D1%97,_%D1%97.html). – Заголовок з екрану.
4. Методи мотивації персонала [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fingeniy.com/motivaciya-personala-metody-motivacii-personala>. – Заголовок з екрану.

## ВПЛИВ МАЛОГО БІЗНЕСУ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ СТАНОВИЩЕ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ

*Бошинда І.М., аспірант  
Мукачівський державний університет*

За умов, на яких формується ринкова економіка, одним із головних факторів, який є необхідним для розвитку регіонів є грошові надходження, які отримуються від різних підприємств та бізнес структур. Малий бізнес повинен бути основним елементом, який спонукає до економічного розвитку, адже саме цей сектор економіки є найбільш масовим. У малому бізнесі задіяна велика кількість населення Закарпатської області, створюючи здорову конкуренцію на ринку праці, та впливаючи на соціально-економічний розвиток області. Хоч і малий бізнес є домінуючою ланкою на ринку, але за рахунок специфіки оподаткування малого бізнесу в нашій країні та великої кількості дрібних підприємців, які працюють в тіні, він не приносить великих надходжень до бюджету як державного, так і регіонального зокрема. Дана ситуація є негативною і вона сповільнює соціально-економічний розвиток регіонів. При створенні заходів, які допоможуть покращити економічне становище в Україні, одним із чинників повинен бути розвиток малих підприємств [1].

В останні роки, в результаті політичної кризи в Україні, яка призвела до погіршення економічної ситуації, малий бізнес зіткнувся з багатьма проблемами, серед яких: девальвація національної валюти, відсутність кредитування бізнесу, зменшення реальних доходів у населення, що веде за собою неспроможність купівлі товарів чи послуг у бізнесу, в порівнянні з докризовим періодом. Розвиток малого підприємництва повинно бути одним із ключових завдань регіональної політики. В порівнянні з країнами ЄС, Україна досягла середнього європейського показника за кількістю малих підприємств, кількістю населення, яке працює у сфері малого бізнесу, але за якісними їх показниками, такими як: рівнем заробітної плати серед населення, яке задіяне у секторі малого бізнесу, кошти, які надходять у бюджет за рахунок оподаткування, Україна залишається далеко позаду.

Якщо брати до уваги поділ малих підприємств за видами економічної діяльності по регіонах, то він може залежати від специфіки потреб населення даного регіону, наявності природних ресурсів, які зосереджені в регіоні та його географічним розташуванням [3]. У табл. 1 зображено кількість працівників у Закарпатській області, які були зайняті на малих підприємствах у 2017 році. З наведених даних можна зробити висновок, що малі підприємства домінують перед великими та середніми у багатьох видах економічної діяльності, що стосується зокрема: торгівлі, готельно-ресторанної справи та лісового господарства, яке наявне в нас у області за рахунок великих за масштабами природних ресурсів. В таблиці наведена статистика по тим видам діяльності, які найбільше впливають на становище в Закарпатській області на ринку праці, та на соціально-економічне становище взагалі.

**Таблиця 1 – Кількість зайнятих працівників на малих підприємствах за видами економічної діяльності у 2017 році [2]**

Підприємства за видами економічної діяльності	Усього (великі, середні, малі), осіб	Малі підприємства	
		осіб	% від кількості зайнятих осіб
Сільське, лісове та рибне господарство	6360	2685	42,2
Промисловість	44056	6573	14,9
Оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів	10779	5464	50,7
Тимчасове розміщення і організація харчування	1493	1156	77,4
Операції з нерухомістю	2298	2094	91,1
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	4846	2016	41,6

Кількість зайнятого населення у малому бізнесі в Закарпатській області, від загальної кількості населення, яке зайняте на великих, середніх та малих підприємствах складає 33,7%, що є третиною від загальної кількості [2].

Отже, враховуючи всі ці фактори можна констатувати той факт, що малий бізнес є суттєвим важелем впливу на соціально-економічне становище Закарпатської області. Він є одним із ключових гравців на ринку праці та демонополізує ринок товарів та послуг, що сприяє здоровій конкуренції в усіх аспектах соціально-економічного життя Закарпатської області.

#### **Література:**

1. Бошинда І.М. Методичні засади формування та функціонування потенціалу малого бізнесу регіонів / І.М. Бошинда // Електронне наукове фахове видання «Економіка і суспільство». 2018. Вип. 15. С. 509-512.

2. Державна служба статистики України. Головне управління статистики у Закарпатській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.uz.ukrstat.gov.ua](http://www.uz.ukrstat.gov.ua). – Заголовок з екрану.

3. Стегней М.І. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності Закарпатської області та можливостей ведення бізнесу / Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. 2014. Вип. 8(1). С. 40-43.

## **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

*Бошота Н.В., к.е.н, старший викладач  
Мукачівський державний університет*

Для визначення стратегічного розвитку, природно, потрібно провести стратегічний аналіз, для якого використовують різноманітні методики і певний інструментарій.

Наявний різноманітний інструментарій стратегічного аналізу, масштабність і характер поставлених завдань говорять про складність його виконання і необхідності якісного підходу.

Незважаючи на свої все більше зростаючі розміри і значимість, світова індустрія туризму стикається з серйозними проблемами. Тенденції на макрорівні, такі як зміни в законодавстві, регіональні або глобальні економічні та політичні кризи, соціо-культурні тенденції, більш витончені смаки клієнтів, жорстка конкуренція, тероризм, безпека, глобальне потепління, культурне різноманіття, глобалізація, злиття і поглинання компаній, брак робочої сили, а також прогресивні технологічні розробки – все це створює певні труднощі для керування стратегіями на підприємствах сфери туризму.

Всі ці тенденції і події вимагають від організацій індустрії гостинності та туризму переосмислення своїх стратегічних методів управління через безперервний процес.

Ринкова економіка зумовила потребу підприємств в наявності системи основних і додаткових завдань і цілей, а також засобів їх досягнення і об'єктивних критеріїв оцінки. При цьому багато українських підприємств сфери туризму не мають достатнього практичного досвіду і адекватної інформаційної бази, що сприятиме виробленню власної стратегії. Необхідний методичний апарат в даній сфері знань або застарів, або слабо розроблений. Тому в таких умовах в практичну діяльність підприємств повинні бути включені аналітичні дослідження щодо визначення стратегічних завдань з подальшим виробленням відповідної стратегії.

Стратегічний аналіз функціонування підприємств, в тому числі і туристичних, в умовах невизначеності зовнішнього середовища є основою вибору і реалізації адекватних і ефективних управлінських рішень для забезпечення стратегічного розвитку.