

Висновки. Аналіз ринку ломбардних послуг в Україні свідчить про стрімке зростання їх популярності, що визначається збільшенням кількості ломбардів у країні. Ломбарди становлять серйозну конкуренцію банкам у галузі кредитування фізичних осіб, маючи низку переваг, як-от швидкість видачі кредиту, простота та гнучкість у відповіді на потреби клієнтів. Інвестиції в ломбарди вважаються вигідними, оскільки вони швидко окуповуються.

Фінансовий облік ломбардів є невід'ємною частиною їх діяльності. Ефективна система обліку допомагає не лише забезпечити внутрішню стабільність установ, але й підвищити довіру клієнтів та відповідати вимогам регуляторів. Розвиток цифрових технологій та впровадження сучасних підходів до фінансового обліку сприятиме подальшому удосконаленню сектору ломбардів.

Abstract. The article deals with specific aspects of financial accounting for the management of pawnshops, which are important financial institutions. The main accounting methods and standards applied to the activities of pawnshops, in particular, assessment in risk management, determination of the value of collateral assets, and accounting of loan-collateral transactions. The impact of changes in legislation and regulation on the accounting of pawnshops is studied, as well as current trends in the development of financial accounting in this sector are considered.

Keywords: pawnshops, financial accounting, risk assessment, loan and collateral operations, credit operations.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про фінансові послуги та фінансові компанії: Закон України від 14.12.2021 р. № 1953. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1953-20#Text> (дата звернення: 18.02.2024).
2. Інструкція Про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. № 291. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0919-04> (дата звернення: 18.02.2024)
3. Лоханова Н. Фінансові інструменти: Міжнародний стандарт фінансової звітності. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2014. № 7. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_016
4. Гончаренко О. О., Шинкаренко О. М., Розвиток програмного забезпечення як технічної складової організації бухгалтерського обліку в ломбардах. *Фінансовий простір*. 2021. № 3(43). С. 93. URL: <http://fpnu.cibs.ubs.edu.ua/article/view/242860>
5. Грибчук І. Л., Ляхович Г. І. Програмне забезпечення для ведення обліку: проблеми вибору та використання в ході аутсорсингу. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*, 2017. № 3(38). С. 32–36. DOI: 10.26642/rbo-2017-3(38)-32-36

УДК 334.726:005.95[(005.32:331.101.1):005.13]

МОТИВАЦІЯ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ МІЖНАРОДНОГО ПІДПРИЄМСТВА

А. О. Гриб, А-М. В. Шимко, Г. В. Серета

Анотація. Мотивація та стимулювання персоналу на міжнародному рівні стають стратегічними факторами успіху сучасних підприємств. Успішні компанії виявляють індивідуальний підхід до мотивації персоналу, використовуючи не лише матеріальні стимули, а й можливості професійного зростання, визнання досягнень та сприяння розвитку. Методи дослідження включають аналіз теоретичних підходів та практичних прикладів успішних компаній. Виявлено, що компанії, які ефективно мотивують свій персонал, досягають вищої продуктивності, знижують плинність кадрів та забезпечують стабільний ріст на ринку. Результати підкреслюють важливість індивідуального підходу та постійного вдосконалення систем мотивації.

Ключові слова: мотивація, конкурентоспроможність, співробітники, успішність, підприємство.

Питання грамотної та ефективної мотивації працівників завжди було і є найактуальнішою проблемою корпоративного управління. Розвиток теорій і практик мотивації працівників пов'язаний із переосмисленням статусу працівників та їх ролі в розвитку суспільної продуктивності. Це пов'язано з тим, що кожен працівник повинен орієнтуватися на накопичений досвід ефективної роботи, а також на максимальне підвищення ефективності використання матеріально-технічної та ресурсної бази трудового колективу підприємства. А. М. Зленко стверджує: «Зацікавленість працівників у результатах своєї праці робить їх більш активними та продуктивними в соціальній та економічній сферах». Загалом стимулювання працівників до продук-

тивної діяльності є соціально важливим, оскільки підвищує якість продукції та послуг компанії як суспільних благ, сприяє кращому задоволенню соціально-економічних потреб та вирішенню соціальних проблем [4].

Мотивація являє собою внутрішні стимули, які спонукають окрему людину або групу до трудової діяльності або активних дій, спрямованих на досягнення індивідуальних чи загальних цілей організації. Цей процес включає усвідомлений та цілеспрямований вплив на потреби, інтереси та цілі працівників з метою стимулювання їх до ефективної діяльності. Мотивація виступає ключовим чинником, який підтримує та спрямовує працівників на шлях досягнення цілей організації, а також викликає їхнє самостійне пробудження до цілеспрямованої діяльності.

Мотивувати співробітників означає торкнутися їхніх значимих інтересів, актуальних потреб у будь-чому. Загальну характеристику процесу мотивації можна представити за допомогою набору понять: потреба, стимул, мотив, винагорода [5].

Потреба – це те, що необхідно людині, те, що вона вмотивована отримати. Типовими потребами є соціальне визнання, безпека, харчування. Людина, задовольняючи потреби, розміщені в ієрархічному порядку, рухається догори від основних, життєво необхідних (безпека, харчування) до вищих (як-от самореалізація). Деякі управлінці спираються на цю концепцію, розробляючи диференційовані системи заохочень [6].

Стимул – це провідний елемент керування людськими ресурсами організації, що є зовнішнім спонуканням до діяльності. Саме стимули з потреб і інтересів формують мотиви [7].

Мотив – це внутрішня спонукальна сила, яка примушує людину до здійснення певних дій. Мотиви здійснюють вплив на поведінку людини, направляють її діяльність у необхідний для організації бік, регулюють інтенсивність праці, трудовитрати, спонукають проявляти сумлінність, наполегливість, старанність у досягненні цілей [8].

Винагорода – це система матеріального заохочення та оплати (відшкодування), вироблених людиною витрат (праці і часу). Роль винагороди полягає в тому, щоб стимулювати виробничу поведінку співробітників, спрямувавши її на досягнення стратегічних завдань, які поставлені перед організацією [9].

За дослідженнями Statista [10] у 2021–2023 рр. спостерігаються такі негативні тенденції у мотивації працівників:

- лише 15 % працівників у всьому світі відчувають себе залученими;
- залучені працівники на 87 % рідше звільняються зі своїх компаній;
- 39 % працівників відчувають, що їх недооцінюють на роботі;
- 81 % працівників думають про те, щоб звільнитися з роботи заради кращої пропозиції;
- 87 % працівників очікують, що роботодавець допоможе їм знайти баланс між роботою та особистим життям [10].

Водночас підвищення рівня вмотивованості та залученості працівників може мати серйозний вплив на прибутковість та ефективність бізнесу. Працівники працюють на 20 % краще, коли вони вмотивовані. Дослідження Gallup показує, що ставлення компанії до своїх співробітників може вплинути на бізнес позитивно або негативно, поставити його в не вигідне становище. Встановлено, що мотивовані люди постійно шукають шляхи підвищення продуктивності та допомагають зняти частину навантаження з колег і забезпечити ефективність [11].

Високо залучені команди підвищують прибутковість бізнесу на 21 %. Люди прагнуть працювати більш ефективно, коли вони вмотивовані, що приводить до кращої продуктивності та відносин з клієнтами, плинності кадрів і рекомендацій. Досвід роботи працівника виходить за межі професіоналізму, що робить його на 59 % менш схильним до вигорання. Ці фактори разом забезпечують стабільне зростання та прибутковість бізнесу. Компанія з високо мотивованими працівниками збільшує прибуток на 27 %. Це супроводжується збільшенням продажів на 50 %, продуктивності праці на 38 % вище середнього та підвищенням рівня лояльності клієнтів на 50 % [11].

Залученість і мотивація співробітників знижує прогули на 41 %. Згідно з дослідженням Gallup, адекватна мотивація працівників покращує утримання на робочому місці. Статистика також показує, що у високо мотивованих командах на 41 % менше прогулів і на 17 % зростає

продуктивність праці. Невмотивовані працівники можуть коштувати компаніям до \$550 млрд на рік. Щороку у США фіксують понад 450 млрд доларів збитків через невмотивованих працівників [11].

Мотивовані працівники на 87 % рідше звільняються. Мотивовані люди мають більше емоційних зв'язків зі своєю організацією, що робить їх менш схильними залишити її заради кращої пропозиції. Дослідження мотивації понад 50 000 працівників показало, що вмотивовані працівники на 87 % рідше залишають компанію. 44 % працівників повідомляють, що «іноді» відчувають стрес. Статистика мотивації також показує, що менш залучені працівники схильні до стресу і частіше беруть лікарняні, що збільшує кількість прогулів. Стрес знижує продуктивність і коштує для бізнесу в Німеччині приблизно 9 млрд євро щороку [11].

Часто незадовільне мотиваційне середовище в командах є причиною звільнення працівників. Так, за агрегованими Teamstage результатами досліджень [11] кожен третій професіонал називає нудьгу основною причиною звільнення. Статистика мотивації показує, що 33 % тих, хто змінює роботу, називають нудьгу та пошук нових викликів основною причиною звільнення. Другою за поширеністю причиною є невідповідність робочої культури працівників та їх цінностей, і 24 % обрали її як основну. Прагнення отримати вищу заробітну плату посідає четверте місце, і лише 19 % обрали її як основну причину звільнення.

Роль лінійних керівників у створенні належного мотиваційного клімату в команді є визначальною. Три чверті працівників, які покидають роботу, звільняються через погане керівництво. Працівники приєднуються до компаній, але йдуть від керівників. Опитування щодо тенденцій мотивації працівників, проведене компанією Gallup, в якому взяли участь понад мільйон американських найманих працівників, показало, що основною причиною, через яку люди звільняються з роботи, є поганий або безпосередній керівник. А саме 75 % працівників, які звільнилися за власним бажанням, зробили це через своїх начальників, а не через саму роботу [11].

Збільшення рівня вдячності працівників на 5 % може підвищити прибутковість до 85 %. Статистика визнання співробітників від Finextra показує, що 41 % клієнтів лояльні до бренду або компанії, тому що вони постійно помічають позитивне ставлення співробітників. Для порівняння, 68 % клієнтів залишають бренд або компанію через негативне ставлення співробітників. Коригування політики та впровадження невеликих кроків може мати велике значення не лише для морального духу компанії, мотивації працівників, але й для залучення клієнтів [11].

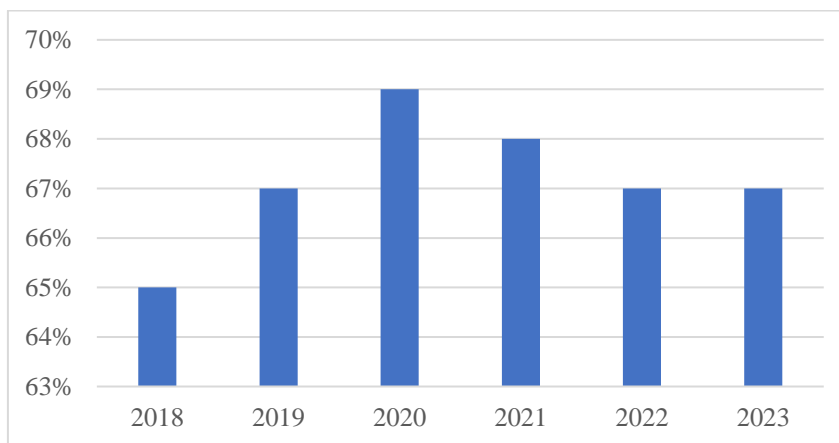


Рис. 1. Показник залученості співробітників у всьому світі з 2018 до 2023 р.

На діаграмі (рис. 1) всі показники вище середнього, але з 2020 р. помітний невеликий спад. Можна зробити висновок, що якщо показник залученості співробітників високий, це може свідчити про успішність заходів, спрямованих на збереження та мотивацію персоналу. Такі компанії, ймовірно, мають ефективні системи компенсації, програми розвитку кадрів, позитивну корпоративну культуру та інше.

З іншого боку, низький показник залученості може свідчити про проблеми у керівництві, відсутність можливостей для розвитку кар'єри та інші негативні аспекти, які можуть призвести до втрати талановитих співробітників та зниження продуктивності [10].

У структурі мотивації персоналу виділяють п'ять сфер: умови праці, ресурси, визнання, відносини та відповідальність. Якщо розглядати мотивацію з погляду отриманих вигод, то можна виділити два типи: матеріальні та нематеріальні. До останніх належать статусна і трудова мотивація (рис. 2).

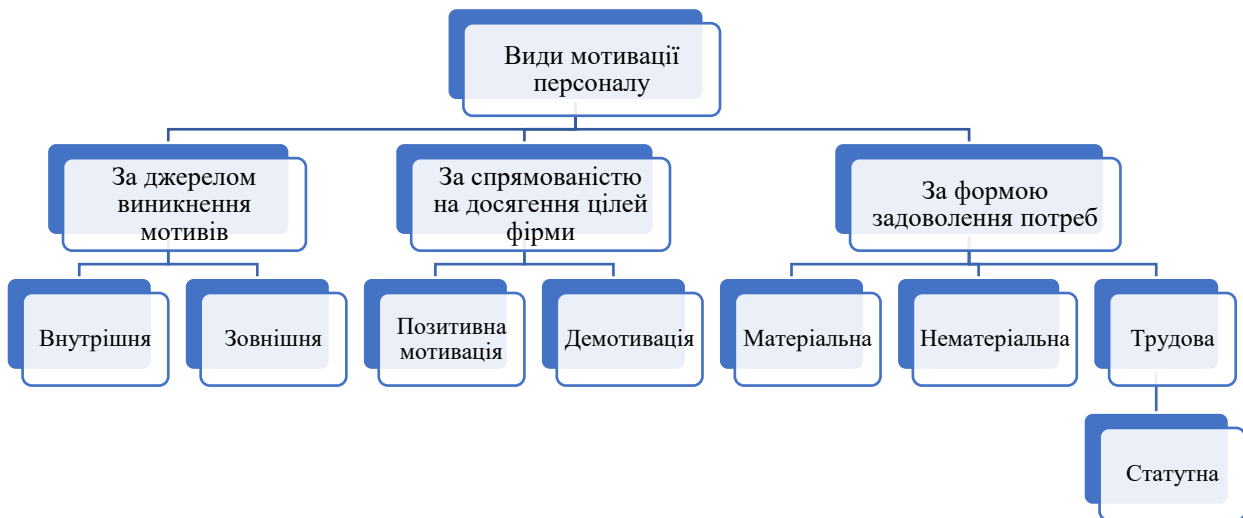


Рис. 2. Види мотивації персоналу

Розроблено на основі [3]

Матеріальні мотиваційні механізми включають такі рівні: заробітна плата, премії, відсотки, винагороди та відпустки, компенсації, які зазвичай виплачуються у грошовій формі. До нематеріальних мотиваційних інструментів належать навчання, похвала, грамоти, сертифікати, конкурси, особисті подарунки, різноманітні змагання тощо [1].

Основними проблемами матеріального стимулювання на сучасному етапі розвитку економіки України є низький рівень заробітної плати, зміна стандартів і норм відповідно до вимог європейського законодавства та необхідність розробки нових методів економічного стимулювання працівників на ринку праці.

Першим кроком є розробка і впровадження методів матеріального та морального стимулювання. Залежно від можливостей компанії може бути необхідним забезпечити достатньо високий рівень премій та доплат, щоб продемонструвати справжню зацікавленість керівництва у підтримці якісної трудової етики.

Під час визначення оплати треба враховувати такі залежності:

- зв'язок між витратами на робочу силу та результатами досягнення економічних цілей компанії;
- зв'язок між якістю та продуктивністю праці кожного працівника та заробітною платою, яку він / вона отримує;
- зв'язок між рівнем заробітної плати, можливістю працівника задовольнити свої основні потреби (забезпечення соціального мінімуму) і результатами праці працівника та його економічною і моральною соціальною репутацією.

Підприємство, яке працює в міжнародному масштабі, може обрати одну зі стратегій у політиці оплати праці, яка відповідатиме стратегії інтернаціоналізації бізнесу: етноцентризм, поліцентризм (регіоцентризм), геоцентризм. Відповідно до цього міжнародне підприємство може обрати один із варіантів політик оплати праці:

- використання шкали НQ. Відповідно до цього підходу, міжнародні рівні зарплати встановлюються у штаб-квартирі з різницею для кожної дочірньої компанії відповідно до різної вартості життя. Ця опція зазвичай зарезервована для посад керівного та виконавчого рівня;
- базування шкали заробітних плат на основі місцевої географії (тобто країни, де виконується робота). Цей варіант, як правило, використовується для ширшої (у кожній країні) бази працівників (зазвичай за винятком керівників і глобально мобільних працівників);

– визначення глобальної бази для кожної посади для всіх; можливо, з різними компенсаційними рівнями для підрозділів. Це стає формою рівної оплати праці на світовому рівні. Глобальний підхід зазвичай використовується, коли існує глобальний ринок праці для потрібного типу таланту (наприклад, програмісти, медичні сестри, дизайнери та ін.), тому він має високу цінність через специфічні компетенції та дефіцит [13].

Найбільш складним для міжнародних компаній з етноцентричною та геоцентричною стратегією інтернаціоналізації (високий рівень централізації або інтеграції зі штаб-квартирою) є забезпечення єдиного підходу до компенсаційної політики, мотивації та стимулювання. Різниця у законодавстві (рівнях мінімальної оплати праці, тривалості та видах відпусток, податках і системах соціального та пенсійного страхування) створюють виклики для забезпечення справедливості належного мотиваційного поля всіх працівників міжнародного підприємства. Багато пільг, які надаються як добровільні платежі роботодавцем в одній країні, можуть надаватися або вказуватися урядом (і оплачуватися через соціальні податки роботодавця) в іншій або не пропонуватися взагалі. Виходом із цього може стати впровадження бенефітів та пільг за принципом «кафетерія», коли працівники з різних країн можуть обирати актуальні для них бенефіти на загальну визначену в МНК та виражену в умовних одиницях (балах чи інших абстрактних вимірниках) суму бенефітів на одного працівника.

На другому етапі потрібно удосконалити систему мотивації працівників, що дасть змогу підвищити конкурентоспроможність підприємства.

Третій етап – створення загальної системи мотивації на основі розуміння якості, що призведе до суттєвих змін у розумінні якості роботи [2].

Мотивація та стимулювання персоналу на міжнародному підприємстві є ключовими аспектами успішної діяльності в умовах глобалізації та конкуренції. Забезпечення високого рівня мотивації співробітників та надання ефективних стимулів впливають на продуктивність, творчість і загальний успіх компанії.

На міжнародному рівні, де працівники можуть мати різні культурні та мовні особливості, важливо розуміти та враховувати різноманітність мотиваційних факторів. Підприємство повинно використовувати стратегії, які адаптовані до місцевих умов та враховують індивідуальні потреби працівників.

Працівники міжнародного підприємства можуть бути мотивовані різноманітними чинниками, як-от фінансова винагорода, можливості професійного росту, корпоративна культура та соціальні переваги. Застосування гнучких та інноваційних систем стимулювання, які враховують індивідуальні досягнення та вклад працівників, може сприяти створенню здорового та мотивуючого робочого середовища.

Abstract. Motivation and stimulation of employees at the international level are becoming strategic factors for the success of modern enterprises. Successful companies demonstrate an individual approach to staff motivation, using not only material incentives, but also opportunities for professional growth, recognition of achievements and development assistance. Research methods include analysis of theoretical approaches and practical examples of successful companies. It was found that companies that effectively motivate their staff achieve higher productivity, reduce staff turnover, and ensure stable growth in the market. The results highlight the importance of an individual approach and continuous improvement of motivation systems.

Keywords: motivation, competitiveness, employees, success, enterprise.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Долішній І. М., Колодійчук А. В. Мотивація персоналу як об'єкт управління на підприємстві. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2017. Вип. 20.5. С. 211–216.
2. Колот А. М. Мотивація персоналу: підручник. Київ: КНЕУ, 2017. 337 с.
3. Мочерний С. В. Економічний словник-довідник / за ред. С. В. Мочерного. Київ: Феміна, 2010. 368 с.
4. Іванов С. Л. Роль нематеріальних чинників мотивації праці у формуванні людського капіталу сучасного підприємства в Україні. *Наукові праці НДФі*. № 5. 2010. С. 34–38.
5. Гривківська О. В. Мотивація персоналу в зарубіжних компаніях. *Актуальні проблеми економіки*. № 9. 2010. С. 86–91.
6. Всеукраїнська психодіагностична асоціація. URL: <https://vpa.org.ua/glossary/potreba/> (дата звернення: 02.03.2024).

7. Гоголь Г. І. Особливості трудової мотивації в перехідний період до ринкової економіки. *Регіональна економіка*. 2010. № 2. С. 38–43.
8. Навчально-інформаційний портал ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут». Тема 6: Мотивація у менеджменті. URL: <http://moodle.nati.org.ua/mod/book/tool/print/index.php?id=5272>
9. Роль винагороди в системі управління персоналом. URL: <http://um.co.ua/11/11-4/11-42395.html>
10. Statista. «Engagement score of employees worldwide from 2011 to 2023». Last updated in 2024. URL: <https://www.statista.com/statistics/699977/global-employee-engagement/> (дата звернення: 03.03.2024).
11. Teamstage. «Motivation Statistics: Numbers in 2024». URL: <https://teamstage.io/motivation-statistics/> (дата звернення: 03.03.2024).
12. Tarique I., Briscoe D. R., Schuler R. S. *International Human Resource Management (sixth edition): Policies and Practices for Multinational Enterprises*. Routledge, 2022.

УДК 657:331.2»364»

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

А. Я. Максим'як

Анотація. У статті розглянуто сутність та важливість розрахунків з оплати праці у діяльності підприємства, визначено системи та форми оплати праці, що застосовуються на підприємствах. Досліджено положення нормативно-правового регулювання розрахунків з оплати праці і проаналізовано організацію та методику обліку й оподаткування таких розрахунків. Окремо розглянуто методику аналізу формування і використання фонду оплати праці, а також здійснено пошук шляхів для удосконалення цього процесу.

Ключові слова: облік, оподаткування, аналіз, оплата праці, заробітна плата, фонд оплати праці.

Постановка проблеми у загальному вигляді та зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У контексті сучасної політики, орієнтованої на ефективність функціонування та розвиток суб'єктів господарювання, а також на забезпечення формування відповідних індивідуальних і колективних стимулів, ключовим інструментом стає оплата праці різних категорій персоналу. Заробітна плата виступає як засіб мотивації працівників, визначення продуктивності праці, збільшення обсягів виробництва продукції, поліпшення якості та асортименту. Важливою частиною собівартості готової продукції стає оплата праці. До того ж заробітна плата є головним джерелом доходів населення і одним із ключових чинників соціальної захищеності суспільства та його платоспроможності. Усе це опосередковано впливає на економічну діяльність країни в усіх сферах народного господарства.

У веденні обліку основними показниками праці та заробітної плати враховується перелік професій, чисельність та кваліфікація працівників, витрати робочого часу (людино-дні, людино-години), розмір фонду оплати праці за основними підрозділами працюючих, види нарахувань, складники оплати праці в розрізі окладів, надбавок, премій, відпускних, а також види та розміри нарахувань та інші аспекти. Усі ці показники є важливими для розрахунку ключових економічних показників, як-от середній рівень заробітку, фонд оплати праці та відрахувань, забезпеченість компетентною робочою силою, визначення рівня продуктивності праці тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання цієї проблеми свідчить, що проблемам бухгалтерського обліку, оподаткування та аналізу приділяється увага в наукових працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, як-от М. Т. Білуха, Н. Н. Грабова, В. Н. Добровський, Л. М. Крамаровський, Р. І. Криницький, Л. А. Лахтіонова, В. А. Лушкин, В. Д. Пономарьов, І. В. Ялдин, А. Е. Ачкасов, С. С. Носова, В. В. Сопко, Г. П. Савицька, А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулін та ін.

Мета статті полягає у структуруванні наукових, методологічних і практичних знань у галузі обліку, оподаткування та аналізу розрахунків за оплату праці в умовах воєнного стану.

Основний розділ. Виплата заробітної плати працівникам вважається ключовим соціально-економічним явищем. З одного боку, це основне джерело доходу працівників і основа їхнього благополуччя; з іншого боку, для роботодавців це великі витрати та засіб стимулювання працівників для ефективного функціонування підприємства. Отже, організація оплати праці та визна-