

удосконалення правової та організаційної бази для підвищення дієздатності механізмів забезпечення сприятливого бізнес-середовища в регіоні і в Україні в цілому.

#### *Бібліографія:*

1. Митний Кодекс України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17

2. Цадо Г.В. Оцінка інвестування в інновації за регіонами: проблеми та шляхи активізації/ Г.В. Цадо// Вісник Хмельницького національного університету. [Електронний ресурс]. – 2011. -№2. –Т.2. – С. 190-194. – Режим доступу:[http://www.nbuuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vchnu\\_econ/2011](http://www.nbuuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_econ/2011).

#### **Віталій ПАНЬКЕВИЧ**

слухач магістратури за спеціальністю  
«Публічне управління та адміністрування»  
(науковий керівник – к.е.н., доцент, доцент кафедри  
менеджменту та публічного управління Буяк А.Є.)

### **ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ОСНОВИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ**

Питання захисту прав споживачів у всіх високорозвинених країнах посідає чільне місце серед завдань органів влади. На сьогодні проблема захисту прав громадянина у сфері споживання є надзвичайно актуальною в Україні, адже розвиток України як європейської держави потребує застосування європейських стандартів якості продукції та створення передумов для реалізації права кожного громадянина на достойний рівень отриманих послуг та спожитої продукції.

Актуальність питання захисту прав споживачів підтверджується і тим, що нормативно-правовий механізм державного управління є одним із найважливіших у цій сфері. Це пов'язано передусім із тим, що саме за допомогою цього механізму встановлюються основні детермінанти взаємодії усіх учасників, чітко визначаються та формуються їх права й обов'язки, межі компетенції, місце в ієрархічній системі управління тощо. Слід також зазначити, що правові відносини у сфері розподілу та споживання охоплюють велику кількість учасників, які належать до різних груп (як суб'єктів, так і об'єктів державного управління). Гармонізація цих відносин, а іноді й просто функціонування, потребують чітких правових методів та інструментів [3].

У числі авторів, які активно працювали в цьому напрямі, слід

передусім назвати таких, як: В. Б.Авер'янов, Г. В. Атаманчук, С. С. Алексєєв, В. В. Копєйчиков, С. Л. Лисенков, В. Ю. Назаренко, О. Ф. Скаун, О. В. Федорчак, Г. П. Фердман та інші, які заклали основи державного регулювання у сфері захисту прав споживачів.

Відносини між споживачами товарів, робіт і послуг та їх продавцями різних форм власності, права споживачів та механізм їх захисту, основи реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів визначає Закон України “Про захист прав споживачів” [1]. Слід зазначити, що в Україні, в одній із перших країн пострадянського простору, було прийнято такий закон. Проте це не стало поштовхом для винесення питання захисту прав споживачів на якісний європейський рівень. Адже окрім прийнятих законів необхідно створювати передумови для їх ефективного застосування та втілення в життя. Організаційно-правові засади захисту прав споживачів в Україні закладені також в Цивільному кодексі України, Господарському кодексі України та інших нормативно-правових актах.

Локальні підзаконні нормативні акти діють тільки в межах конкретного підприємства, установи, організації. Вони регулюють управлінські, виробничі, комерційні, організаційні, кадрові та інші відносини, пов'язані з діяльністю підприємства. Так, кожне підприємство чи установа має свій статут, положення або інший установчий документ, правила внутрішнього розпорядку тощо, дія яких має правове значення. А тому всі ці акти підлягають реєстрації або затвердженню державними органами.

Згідно з положеннями Угоди про асоціацію між Україною та ЄС [5] продовжується робота щодо приведення у відповідність вітчизняного законодавства до вимог Європейського Союзу. Зокрема, згідно Плану імплементації актів законодавства ЄС з питань захисту прав споживачів (розпорядження Кабінету Міністрів України від 04.03.2015 р. № 164) передбачено запровадити низку Директив Європейського Союзу

У розвинених європейських країнах споживач є основною фігурою в ринкових відносинах, на яку орієнтоване виробництво та підвищення якості товарів і послуг. Проте, застосування санкцій до продавців, виробників неякісної продукції не завжди дає необхідний ефект, адже недобросовісний виробник (продавець, виконавець) сплачує штраф та продовжує надавати неякісні послуги, постачати неякісну продукцію. Тому, важливим фактором у підвищенні якості продукції та наданих послуг є юридична обізнаність самих споживачів у сфері захисту своїх прав. Права споживачів повинні переважати над правами продавців та виробників, оскільки життя та здоров'я людини – основна цінність.

Держава забезпечує споживачам захист їх прав, надає можливість вільного вибору продукції, отримання необхідної інформації та знань, що потрібні для прийняття самостійних управлінських рішень під час придбання та використання продукції відповідно до їх потреб та уподобань. Захист прав споживачів в Україні здійснюють спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів та його територіальні органи, місцеві державні адміністрації, органи і установи, що здійснюють державний санітарно-епідеміологічний нагляд, інші органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування згідно із законодавством [2].

Здійснюючи реформи в Україні одним із пріоритетних завдань визначено реформування системи захисту прав споживачів із метою забезпечення її відповідності європейським підходам, які засвідчили свою ефективність в Програмі дій ЄС у сфері споживчої політики на період 2014–2020 рр. [4]. Європейський вектор розвитку України має бути чітко окресленим і зрозумілим громадянам країни та міжнародній спільноті, адже ринкова економіка не працює без визнання вирішальної ролі споживача як центрального фігуранта ринкових відносин у форматі держава – споживач – бізнес, а отже й без ефективною державної функції – захисту прав споживачів.

Отже, нормативно-правовий механізм державного регулювання в сфері захисту прав споживачів можна визначити як інтегрований комплекс суб'єктів та об'єктів правовідносин, засобів, методів та інструментів, які містять нормативно-правову базу, що реалізується на загальних принципах державної політики у цій сфері. Основними елементами нормативно-правового механізму державного регулювання у сфері захисту прав споживачів є: мета, принципи, суб'єкти й об'єкти відносин, методи та інструменти, що використовуються, та система нормативно-правових актів. Суб'єктами управління в процесі функціонування правового механізму державного регулювання у сфері захисту прав споживачів виступають органи державної влади, громадські організації, а в деяких випадках – і самі споживачі. Об'єктами управління у цій системі слід розглядати товаровиробників, продавців, споживачів та ін.

#### *Бібліографія:*

1. Закон України «Про захист прав споживачів» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
2. Коваленко А. В. Завдання та функції органів місцевого самоврядування у забезпеченні захисту прав споживачів / [Електронний

ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2012-2/doc/4/03.pdf>

3. Притульська Н. Система захисту прав споживачів в Україні: проблеми реформування // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tr.knteu.kiev.ua/files/2015/20/2.pdf>

4. Програма дій ЄС у сфері споживчої політики на період 2014–2020 рр. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.eeas.europa.eu>.

5. Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kmu.gov.ua>.

**Юлія ПЕРНЯК**

слухачка магістратури за спеціальністю  
«Менеджмент»

(науковий керівник – к.е.н., доцент, доцент кафедри  
менеджменту та публічного управління Скочиляс С.М.)

## **ОЦІНКА І МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасному менеджменті персоналу все більшого значення набувають мотиваційні аспекти. Мотивація персоналу є основним засобом забезпечення оптимального використання ресурсів, мобілізації наявного кадрового потенціалу. Основна мета процесу мотивації – це отримання максимальної віддачі від використання наявних трудових ресурсів, що дозволяє підвищити загальну ефективність і прибутковість діяльності підприємства. Сьогодні для більшості підприємств і організацій величезну роль відіграє формування нових механізмів господарювання, орієнтованих на ринкову економіку а також збереження параметрів виробничих процесів у швидко змінюваних умовах зовнішнього і внутрішнього середовищ.

Мотивацію персоналу в певному розумінні можна вважати і філософією, і одночасно ключовою технологією сучасного управління, найголовнішою умовою успішності, а також індикатором ефективності роботи організації. Цікавість до проблем спонукання людини до певної поведінки починається з усвідомленого відношення до праці.

Мотивація людини — явище багатофакторне, її вияви складні та багатоаспектні. Багатофакторність мотивації пов'язана як з унікальністю самої людини, так і з особливостями та складністю її життєвого простору. Природа людини, в тому числі і історія її еволюційного розвитку, психологічно значущі події, психофізіологічний стан, духовність,