

EUROPEAN INSTITUTE OF FURTHER EDUCATION

LESY UKRAINIAN VOLYN NATIONAL UNIVERSITY

NGO «INSTITUTE OF ECONOMIC, ECOLOGICAL AND ENERGY RESEARCH»

**SOCIALLY COMPETENT MANAGEMENT OF
CORPORATIONS IN BEHAVIORAL CONDITIONS
ECONOMICS**

Collection of scientific papers

Chapter II

Podhájska – 2021



UDC 334.78.005.35 (082)

In 69

Recommended for publication by the scientific council
Lesya Ukrainka Volyn National University (Minutes № 3 of March 25, 2021)

Reviewers:

Chorny Roman - Doctor of Economics, Professor, Director of the Novovolynsk Educational and Scientific Institute of Management, Professor of the Department of Fundamental and Special Disciplines of the Western Ukrainian National University

Lyashenko Olena - Doctor of Economics, Professor, Vice-Rector for Scientific and Pedagogical Work and Quality Assurance in Higher Education of Lutsk National Technical University

Socially competent management of corporations in a behavioral economy: *Collection of scientific papers* / resp. ed. Ondrej Mikulaš, Kostiantyn Pavlov, Karol Viktor, Olena Pavlova, Ladislav Viera, Liudmila Shostak, Anton Milan, Alla Lyalyuk. European institute of further education, Podhájska, 2021. - 262 p., Chapter II.

ISBN 978-80-89926-18-3

The collection presents abstracts of reports at the International scientific-practical conference "Socially competent management of corporations in a behavioral economy", February 18, 2021. They reflect the theoretical foundations, prospects for ensuring the efficiency of economic entities, prospects for the development of corporations in the development of neo-industrial economy.

ISBN 978-80-89926-18-3

EAN 9788089926183

UDC 334.78.005.35 (082)

© European institute of further education, 2021
© Lesy Ukrainian Volyn National University, 2021
© Ondrej Mikulaš, Kostiantyn Pavlov, Karol Viktor,
Olena Pavlova, Ladislav Viera, Liudmila Shostak,
Anton Milan, Alla Lyalyuk, 2021

<i>Райковська І.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДСИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ АКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ	49
<i>Сагун А., Кириченко Ю.</i> ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	51
<i>Сахно Л.</i> ЗАКОРДОНИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ АУДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	53
<i>Стемковська І.</i> ЕКОНОМІЧНА СУТЬ ПОНЯТТЯ «ГРОШОВИЙ ПОТІК»	55
<i>Сторожук Т.</i> ЗВІТНІСТЬ ПРО СОЦІАЛЬНУ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	57
<i>Тютюнник С., Тютюнник Ю.</i> ОБЛІКОВО-ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ	59
<i>Кхотун Р.</i> AMORTYZACJA A UMORZENIE W KONTEKŚCIE TOŻSAMOŚCI A ASYMETRII	61
<i>Шендерівська Ю.</i> ПРОФЕСІЯ БУХГАЛТЕРА У СТАРОДАВНЬОМУ СХОДІ: ЄГИПЕТ І МЕЖИРІЧЧЯ	63
<i>Щепіна Т., Боровик І.</i> ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА	65
<i>Якимчук А.</i> ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНІ ПРОЦЕДУРИ В СУЧАСНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ОСББ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ «SMART CITY»	67

СЕКЦІЯ V. Сучасні реалії та тенденції розвитку корпорацій в умовах поведінкової економіки

<i>Liu Qi.</i> PORTRAIT OF A MODERN POTENTIAL CLIENT OF TRANSPORT SERVICES IN A BEHAVIORAL ECONOMY	70
<i>Аблова О.</i> СУТНІСТЬ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ЕКОЛОГІЧНА ЕКОНОМІКА»	72
<i>Андросова Т., Кулініч О.</i> ПОВЕДІНКОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ НАГЛЯДУ В ЕКОНОМІЧНІЙ ПОЛІТИЦІ	74
<i>Барабаш Л.</i> РОЛЬ ПОВЕДІНКОВИХ ЧИННИКІВ У ФУНКЦІОНУВАННІ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ ДЕРЖАВИ	76
<i>Бестужева С.</i> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТНК В УКРАЇНІ	78
<i>Buchkova N., Tsaran O.</i> THE ROLE OF LARGE CORPORATIONS IN THE FINANCIAL TRANSFORMATION OF THE MODERN FINANCIAL SYSTEM	79
<i>Білявський В., Донець А.</i> УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	81
<i>Бордюг В.</i> РОЛЬ БУДІВЕЛЬНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО МОДЕЛЮВАННЯ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	83
<i>Білозор Л.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ОСНОВА УДОСКОНАЛЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА	85
<i>Vaskivska K., Kawęcka A.</i> ANALIZA TRANSAKCJI NA RYNKU NIERUCHOMOŚCI MIESZKANIOWYCH MIASTA LUBLIN	87
<i>Васьківський Ю., Галімуков Ю.</i> СПЕЦИФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ВИДАНЬ	89

<i>Велієва В.</i> СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА	91
<i>Волкова Н., Дранчак Б.</i> ОЦІНКА УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В УМОВАХ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ	92
<i>Герасимчук В., Куш А.</i> ДИНАМІКА РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА У КРЕМЕНЧУЦІ	94
<i>Гора А.</i> МІЖНАРОДНІ МОДЕЛІ РЕГУЛЮВАННЯ ЗАЙНЯТОСТІ ТА РИНКУ ПРАЦІ	96
<i>Гордійчук Є.</i> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ ЗОГЛЯДУ НА ПОВЕДІНКОВУ ЕКОНОМІКУ	99
<i>Горященко Ю.</i> СУЧАСНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ	101
<i>Громоздова Л.</i> ГЕОГРАФІЧНА СУТНІСТЬ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	103
<i>Гус В.</i> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КОРПОРАЦІЙ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	105
<i>Дербенева Я.</i> ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ПОЛІТИКА І ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	107
<i>Довгенко Я.</i> СИСТЕМНЕ МОДЕЛЮВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ	109
<i>Євтушенко А., Сова О.</i> ВПЛИВ ВІРУСУ COVID-19 НА СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ	111
<i>Kęsy M., Pawliszczy D., Navolska N., Morozovska L., Apostolyuk O.,</i> Zarządzanie przez interesariuszy otoczeniem polityki społecznej	113
<i>Кулініч О., Федоренко Н.</i> МАКРОЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	122
<i>Кучер М.</i> СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ СТВОРЕННЯ ЗАГАЛЬНОКОРПОРАТИВНОЇ МОДЕЛІ КОМПЕТЕНЦІЙ	123
<i>Маляревський В.</i> АНАЛІЗ СВІТОВОГО РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК	125
<i>Мащак Н.</i> ЗМІНА СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ В УМОВАХ НОВОЇ РЕАЛЬНОСТІ	127
<i>Момот В., Литвиненко О.</i> ПАРАМЕТРИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ МОМЕНТУ ЗМІНИ ПРІОРИТЕТІВ У МОТИВАЦІЇ СПІВРОБІТНИКІВ ПІДПРИЄМСТВ	129
<i>Мудра Я.</i> ДОСВІД КРАЇН ЗАХІДНОЇ ЄВРОПИ У ФОРМУВАННІ ЗАСАД КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ	131
<i>Оплачко І., Андріюк А.</i> МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ПОВЕДІНКОЮ СПОЖИВАЧІВ ПРОДУКЦІЇ МЕБЛЕВИХ ПІДПРИЄМСТВ	133
<i>Писаренко Н.</i> ОСНОВНІ ТРЕНДИ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ	136
<i>Роганова Г.</i> ПОРІВНЯННЯ ДОСВІДУ ЗАСТОСУВАННЯ МАТРИЧНОГО МЕТОДУ ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ	137
<i>Самолук Н., Міщук В.</i> ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ ОЦІНЮВАННЯ КРИТЕРІЇВ ВИБОРУ МІСЦЯ РОБОТИ	139
<i>Смирнова О.</i> ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА КОРПОРАТИВНУ ТА ДЕРЖАВНУ ФІНАНСОВУ ПОЛІТИКУ	141

логарифмічний характер залежності залученості та ефективності від зовнішньої мотивації, можна зробити висновок про те, що параметром зміни пріоритетів у мотивації є різниця між максимальною та мінімальною платною за порівнянні роботи поділена на їх подвоєний додаток.

Список використаних джерел:

1. Cameron, J., Banko, K., & Pierce, W. (2001). Pervasive negative effects of rewards on intrinsic motivation n: The myth continues. *The Behavior Analyst*, 24(1), 1-44. DOI: 10.1007/bf03392017
2. Deci, E., & Ryan, R. (2008). Facilitating optimal motivation and psychological well-being across life's domains. *Canadian Psychology*, 49(1), 14-23. DOI: 10.1037/0708-5591.49.1.14
3. Deci, E., Koestner, R., & Ryan, R. (1999). A meta-analytic review of experiments examining the effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation. *Psychological Bulletin*, 125(6), 627-668. DOI: 10.1037/0033-2909.125.6.627
4. Fernandez, S., Cho, Y., & Perry, J. (2010). Exploring the link between integrated leadership and public sector performance. *The Leadership Quarterly*, 21(2), 308-323. DOI: 10.1016/j.leaqua.2010.01.009
5. Judge, T., Piccolo, R., Podsakoff, N., Shaw, J., & Rich, B. (2010). The relationship between pay and job satisfaction: A meta-analysis of the literature. *Journal Of Vocational Behavior*, 77(2), 157-167. DOI: 10.1016/j.jvb.2010.04.002

Мудра Я., к.е.н

Хмельницький національний університет

ДОСВІД КРАЇН ЗАХІДНОЇ ЄВРОПИ У ФОРМУВАННІ ЗАСАД КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Корпоративне управління в умовах поведінкової економіки попри основне теоретичне підґрунтя базується на принципах соціальної рівності та підвищення якості життя суспільства. Країни Західної Європи, які очолюють рейтинг країн за показниками високої якості життя своїх громадян, рівнем добробуту повноцінно формують такі ж принципи в управлінні корпораціями. Поведінкова економіка, яка по своїй суті і базується на особистісному емоційному комфорті людини, повноцінно створює симбіоз з сучасними підходами в управлінні корпораціями, які вносять постійні зміни до трактування і самого терміну «корпоративне управління».

Термін «корпоративне управління» трактується різновекторно у різних сферах та галузях як менеджменту так і економіки. Проте, як зазначається в профільних дослідженнях, всі трактування даного терміну поділяють на дві групи.

До першої групи належать підходи до трактування, які розглядають фактичну поведінку корпорацій, а саме її діяльність, ефективність, фактори розвитку та зростання, фінансову структуру та взаємовідносини з акціонерами та іншими учасниками. До другої групи належать визначення, які враховують у цьому терміні нормативну базу за якою працюють корпорації і першоджерелом цієї бази виступають правова та судова системи, регулятори фінансових ринків та ринку праці [1,3].

Єдиного визначення терміну «корпоративне управління», прийнятого для використання, законодавчо не закріплено, проте у кодексах корпоративного управління, що затверджуються самими корпораціями в описових частинах прописується такі визначення.

В дослідженнях, що стосуються корпоративного управління в країнах Західної Європи найбільше цитується визначення, яке наведено у 1992 році Адріаном Кедбері у «Звіті по фінансових аспектах корпоративного управління у

Великобританії». У даному документі термін «корпоративне управління» трактується як набір механізмів, у межах яких функціонує компанія за умови коли власність відділена від управління нею» [1]. Проте, у широкому вжитку термін «корпоративне управління» – це підтримка балансу між економічними, соціальними, особистими та суспільними цілями діяльності корпорації.

Відповідно до Принципів корпоративного управління, які прийнято ОЕСР у 2004 році, корпоративне управління – це комплекс взаємовідносин між менеджментом компанії, радою директорів, акціонерами та іншими зацікавленими сторонами; це структура, через яку визначаються завдання компанії та засоби їх досягнення та моніторингу.

У країнах Західної Європи корпоративне управління визначається в рамках Принципів корпоративного управління в країнах Співдружності, які прийнято у 1999 році і фактично суть зводиться до функції лідерства: лідерство в досягненнях результатів діяльності компанії, лідерство в «чесній» грі, лідерство, що супроводжується свідомою відповідальністю, лідерство, що характеризує інформаційну прозорість та фінансову відповідальність [3].

У загальному управлінні корпораціями у країнах Західної Європи зводиться до виконання соціально-спрямованих функцій. Корпорації створюють та надають робочі місця, засвоюють та примножують дохід від податкових платежів, виробляють широкий діапазон товарів та послуг, управляють накопиченнями громадян та передбачають збереженість та примноження видатків на пенсійне забезпечення.

Специфікою корпоративного управління саме країн Західної Європи є активне сприяння та участь у соціальних питаннях у симбіозі з успішним фінансовим розвитком компанії. Благодійні акції, які направлені на збереження довкілля, підтримку малозабезпечених верств населення, ін. є одночасно як витратами для компанії так і доходом у вигляді підвищення репутації та підтримки з боку держави. Формування соціальної корпоративної відповідальності здійснюється в паралелі з підвищенням капіталізації корпорації та ціни її акцій на фінансових ринках.

Реалізація інструментів корпоративного управління здійснюється через прийняття та затвердження кодексів корпоративного управління, що базуються на основі найкращих міжнародних практик. Кодекси вимагають проведення реформ у сфері корпоративного управління шляхом апробації рекомендацій найкращих практик на основі ринкових принципів, що приймаються у добровільній формі. За основу при підготовці та оновленні корпоративних кодексів для міжнародних корпорацій враховуються міжнародні стандарти і керуючі принципи корпоративного управління, які враховують засади поведінкової економіки через прийняття мультикультурності та різної національності працівників. Для прикладу, «Принципи корпоративного управління країн Співдружності», які розроблені Асоціацією країн ЄС по корпоративному управлінню у 1999 році, носять рекомендаційний характер з врахуванням регіональних трансграничних особливостей країн [2]. Тим самим, міжнародні стандарти, які і є комплексом принципів, дозволяють оцінювати діючу у корпорації систему управління відносно рекомендаційної та створювати нову, адаптовану для власних потреб.

Істотні зміни, які виникли як результат зміщення акцентів у сторону максимальної соціальної відповідальності відображуються у показниках, які

характеризують рівень задоволеності умовами праці та плинності кадрів, що у свою чергу формує рейтинг корпорацій для сприяння від держави у підтримці як фінансових так і соціальних проектів.

Таким чином, засади корпоративного управління, що реалізуються в країнах Західної Європи з врахуванням механізму поведінкової економіки враховують два основних принципи ефективного корпоративного управління: зростання ефективності та фінансової стійкості через соціальну збереженість та захищеність.

Список використаних джерел:

1. Киркпатрик Г. «Введение: Совершенствование стандартов корпоративного управления: работа ОЭСР и основные принципы», Global Corporate Governance Guide, Лондон, Белые страницы. 2004 г. URL: http://icgn.flpbks.com/icgn_global_governance_principles/ICGN_Global_Governance 2. Corporate Governance 2020. URL: <https://practiceguides.chambers.com/practice-guides/corporate-governance-2020> 3. OECD Corporate Governance Factbook 2019. URL: <http://www.oecd.org/daf/ca/Corporate-Governance-Factbook.pdf>

Оплачко І., к.е.н, старший викладач
Андріюк А.

Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне, Україна

МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ПОВЕДІНКОЮ СПОЖИВАЧІВ ПРОДУКЦІЇ МЕБЛЕВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасні умови розвитку підприємств меблевої галузі в Україні характеризуються трансформаційними й інтеграційними процесами, що зумовлюють невизначеність середовища їх функціонування. У зв'язку з цим, все частіше увагу керівництва підприємств привертають інноваційні технології та новітні маркетингові інструменти. Пандемія COVID–19 у сукупності із впровадженими Урядом заходами щодо стримування та поширення вірусу, які негативно позначилися на показниках функціонування підприємств, особливо актуалізували використання маркетингових технологій в управлінні поведінкою споживачів, зокрема, впровадження/удосконалення CRM-систем підприємств, що дозволить оптимізувати їх управлінські та маркетингові процеси, в також активізацію SEO- та SMM-просування, з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Маркетингові технології управління поведінкою споживачів являють собою сукупність стадій, операцій, прийомів і дій, необхідних для реалізації рішень, спрямованих на спонукання споживачів до здійснення покупки. Спонування споживачів до купівлі на ринку здійснюється за допомогою системи маркетингових комунікацій (СМК), яка охоплює будь-яку діяльність підприємства, спрямовану на інформування, переконання та нагадування споживачам про свої товари. Основними елементами СМК є: реклама, «паблік рілейшнз», персональний продаж, стимулювання збуту.

Розглядаючи особливості маркетингових технологій підприємств необхідно враховувати характеристики споживачів меблів та підприємств-конкурентів. Для їх врахування важливим є здійснення маркетингових досліджень. Дуже важливу роль в частині реалізації маркетингових технологій управління поведінкою споживачів підприємств відіграє й сегментування ринку меблевої продукції.

Слід зазначити, що важливим критерієм при виборі меблів для споживачів в Україні є ціна, особливо у середньому та низькому сегментах ринку [1]. За

СОЦІАЛЬНО-КОМПЕТЕНТНЕ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАЦІЯМИ В УМОВАХ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Збірник наукових праць

Частина II

Друкується в авторській редакції.

Відповідальність за інформацію, викладену в публікаціях несуть автори.

Коректор:

А.М. Лялюк , Л.В. Шостак

Технічний редактор:

А.М. Лялюк , Л.В. Шостак

Видавник: Європейський інститут безперервної освіти,
Подгайська, Словацька республіка.

Наклад: 350 екземплярів.

ISBN 978-80-89926-18-3

EAN 9788089926183

© Європейський інститут безперервної освіти, 2021

© Волинський національний університет ім. Лесі Українки, 2021

© Ondrej Mikulaš, Котянтин Павлов, Віктор Карол,

Олена Павлова, Владіслав Вієра, Людмила Шостак,

Антон Мілан, Алла Лялюк, 2021

SOCIALLY COMPETENT MANAGEMENT OF CORPORATIONS IN BEHAVIORAL CONDITIONS ECONOMICS

Collection of scientific papers

Chapter II

Published in the author's edition.

The authors are responsible for the information contained in the publications.

Corrector:

A. Lyalyuk, L. Shostak

Technical editor:

A. Lyalyuk, L. Shostak

Publisher: European institute of further education,
Podhajska, Slovak Republic.

Print run: 350 copies.

ISBN 978-80-89926-18-3

EAN 9788089926183

© European institute of further education, 2021

© Lesy Ukrainian Volyn National University, 2021

© Ondrej Mikulaš, Kostiantyn Pavlov, Karol Viktor,

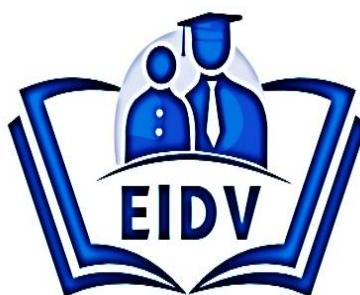
Olena Pavlova, Ladislav Viera, Liudmila Shostak,

Anton Milan, Alla Lyalyuk, 2021



VÝCHODOEURÓPSKA AGENTÚRA PRE ROZVOJ n.o.
EASTERN EUROPEAN DEVELOPMENT AGENCY n.o.
www.eeda.sk

EUROELITE
★★★★ GROUP ★★★★★



EURÓPSKY INŠTITÚT DALŠIEHO VZDELÁVANIA
EUROPEAN INSTITUTE OF FURTHER EDUCATION

Editorial Office Address:
European institute of further education
Za Humnami č. 508/28,
941 48 Podhájska, Slovak Republic

Phone: +421 905 450 765
IČO: 42334390, DIČ: 2023768912

eidv@eidv.eu
www.eidv.eu