

культурою туристичного підприємства є важливим для підприємства. Для підвищення рівня організаційної культури з метою підвищення ролі групових норм та правил гри на підприємстві менеджери з туризму повинні планувати підтримку творчості та впровадження нових методів управління, розробку документів та програм, що регулюють офіційні та неформальні відносини та кадрове забезпечення.

**Список використаних джерел:**

1. Гринько Т.В., Крупський О.П. Франчайзинг як інструмент формування організаційної культури туристичних підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 1. С. 145-154.
2. Крупський О.П. Організаційна культура: сутність, види, особливості імплементації в Україні. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2015. № 1. С. 29-38.
3. Крупський О.П. Сучасні методи прийняття управлінських рішень та їх зв'язок з організаційною культурою туристичних підприємств України. *Економічний часопис-XXI*. 2015. № 7-8(1). С. 95-98.
4. Grynko T., Shevchenko T., Pavlov R., Shevchenko V., Pawliszczyc D. (2020) The impact of collaboration strategy in the field of innovation on the effectiveness of organizational structure of healthcare institutions. *Business Perspectives*. Issue 1. Volume 4. pp. 37-51.

**Кузьменко А. С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ  
ТА ЙОГО РОЛЬ В УПРАВЛІННІ КОРПОРАЦІЯМИ**

У сучасних умовах нестабільного розвитку економіки корпорації найбільш гостро стикаються з проблемами підтримки сталого розвитку, підвищення результативності фінансово-господарської діяльності, ефективності та конкурентоспроможності виробництва та продажів. Перед економічними суб'єктами ставляться завдання з формування масиву інформації, що дозволяє розкривати особливості здійснення бізнес процесів економічним суб'єктом, оцінювати суттєві ризики його виробничо-збутової діяльності, основні напрямки стратегічного розвитку і т. ін. Вирішення зазначених завдань відсуває на другий план формування потоків інформації ретроспективного та поточного характеру, висуваючи на перше місце подання і розкриття інформації, що сприяє прийняттю управлінських рішень, спрямованих на сталий і довгостроковий розвиток економічного суб'єкта.

Підтримка ефективного функціонування корпорації істотно залежить від обґрунтованості визначення стратегічних цілей і завдань, тактики і стратегії їх досягнення, що підвищує роль стратегічного економічного аналізу, методи якого дозволяють оцінити позитивні та негативні аспекти його виробничо-фінансового розвитку, дати якісну оцінку різноманітним факторам, оцінити ступінь їх впливу на конкурентоспроможність та інвестиційну привабливість економічного суб'єкта в довгостроковій перспективі [1, с. 208].

Розвиток системи стратегічного економічного аналізу дозволить сформувати найбільш актуальні напрямки його проведення в залежності від поставленої мети розвитку економічного

суб'єкта: реалізації пріоритетних завдань в галузі фінансового менеджменту, організації виробничого процесу, освоєння нових або зміцнення позицій на діючих ринках збуту виробленої продукції, товарів, робіт, послуг; посилення комерційної взаємодії з постачальниками, покупцями, посередниками економічного суб'єкта. Забезпечення ефективного використання наявних ресурсів і задоволення потреб суб'єктів економічних взаємин вимагають глибокого аналізу. Для цього необхідна ґрунтовне опрацювання ринків збуту продукції та техніко-економічне обґрунтування управлінських рішень.

До однієї з основних слід віднести характеристику продукції, товарів, робіт, послуг. В умовах інноваційного розвитку економіки економічні суб'єкти звертаються до інноваційних стратегій виробництва і виходу на ринок з принципово новим продуктом, попит на який треба ініціювати, викликати інтерес до даного виду продукції у потенційного споживача. Використання стратегії модернізації (без створення принципово нових послуг) при зміні якісних властивостей і регулювання асортименту продукції, базується на аналізі попиту на раніше вироблену продукцію, прогнозуванні платоспроможності за сегментами ринку [2, с. 68].

В рамках проведення економічного аналізу номенклатури та асортименту продукції, що випускається, товарів, робіт, послуг необхідно приділяти увагу аналізу насиченості ринку. Тут важливо виділити макроекономічні та регіональні фактори, що впливають на зміну ринку товарів, робіт, послуг, визначити цикл розвитку економіки ринку, оцінити базові тенденції розвитку ринку (насичення або скорочення діяльності). Відзначимо, що в умовах аналізу насиченості ринку при складанні виробничої програми потрібно обґрунтування раціональних обсягів виробництва і продажу, розробка оптимальної асортиментної програми випуску і реалізації, аналіз потреби в додатковому обладнанні в разі змін в застосовуваних технологіях виробництва і т. ін. Однак, однією з найважливіших проблем для економічного суб'єкта може стати прогноз несприятливих умов здійснення виробничої і збутової діяльності. Це може бути обумовлено зниженням попиту на продукцію, товари, роботи, послуги, недотриманням планових показників завантаженості виробничої потужності, ціною дискримінацією з боку основних конкурентів економічного суб'єкта. Проведення економічного аналізу має базуватися на оцінці платоспроможного попиту основних суб'єктів ринку, включаючи аналіз фінансово-господарської діяльності конкурентів, постачальників, посередників, оцінку можливого ризику порушення платоспроможності покупців [3, с. 82].

Стратегічний економічний аналіз охоплює актуальні питання оцінки результативності економічного суб'єкта в рамках здійснення профільної економічної діяльності організації. Зокрема доцільним є розробка основних положень фінансової політики, які спрямовані на довгострокове зміцнення конкурентних переваг економічного суб'єкта всередині даного напрямку економічної діяльності та забезпечують досягнення стратегічних показників діяльності. Ухвалення будь-якого рішення в рамках здійснення поточної діяльності має ґрунтуватися на результатах комплексного економічного аналізу діяльності економічного суб'єкта і прог-

нозній оцінці його вкладень в досягнення цільових показників корпоративної стратегії корпорації.

**Список використаних джерел:**

1. Гринько Т., Скрипченко М. Проблеми впровадження стратегічного менеджменту на вітчизняних підприємствах. *Облік, економіка, менеджмент: наукові нотатки: Міжнародний збірник наукових праць*. Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2016. Випуск 1 (9). Ч. 1. С. 206-210.
2. Grynko T., Hviniashvili T. (2019) Strategic directions of business entities' development based on ensuring their economic security. *Formation of organizational-economic mechanism of management and logistics of business entities in the system of economic security of Ukraine: collective monograph*. Praha: OKTAN PRINT. P. 56-83.
3. Hviniashvili T. (2020) Factor analysis of business entities' competitiveness. *Scientific achievements of modern society. Abstracts of the 5th International scientific and practical conference*. Cognum Publishing House. Liverpool, United Kingdom. P. 81-84.

**Кулик А. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**СУТНІСТЬ ТА ПРИЧИНИ ЕМІГРАЦІЇ В УКРАЇНІ**

Еміграція – це загроза для будь-якої країни, бо втрата працездатного населення несе за собою погіршення економічного становища країни. Виїзд громадян за межі своєї держави зазвичай пояснюється низьким рівнем життя та заробітної плати, що є одним з головних факторів існування населення. На жаль, Україна є однією з тих країн, що втрачає своїх громадян, адже чисельність її населення зменшується з кожним роком. Існує багато причин через які українці змушені виїжджати за межі країни, одна з них – соціально-економічне становище держави. Низька заробітна плата, відсутність робочих місць, корупція, натиск з боку держави, всі ці фактори суттєво впливають на міркування громадян щодо подальшого проживання. Україна є другою найбільш бідною країною Європи, яку роздирає корупція та вражають низькі стандарти життя. Саме ці причини змушують молодь та іншу частину населення покидати нашу країну.

призведе до занепаду нашої країни. Причиною такого спаду є не тільки виїзд громадян за кордон, а й досягнення від'ємного значення демографічних показників.

З отриманням Україною «безвізу», все більше українців відправляються до країн Європи в пошуках кращих умов життя. Деякі країни та члени Євросоюзу, використовують безвізовий режим для того, щоб в рамках цих 90 днів, які дозволено перебувати в країні, люди приїздили, дивилися на умови працевлаштування, а потім приїздили для подальшої роботи.

Для запобігання демографічній кризі, потрібно розробити способи адаптації вітчизняної системи управління відповідно до стандартів країн ЄС та світу загалом. Створення та впровадження відповідних законів та реформ дозволить поступово виводити економіку країни на новий рівень, що може призвести до повернення громадян назад в Україну.