

4. Роз'яснення щодо правомірності використання в Україні «віртуальної валюти/криптовалюти» Bitcoin [Електронний ресурс] // НБУ. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: https://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=11879608.
5. Коментар заступника Голови НБУ Олега Чурія щодо статусу Bitcoin в Україні [Електронний ресурс] // НБУ. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=53411806.
6. Михайло Федоров: «Україна на крок ближче до легалізації криптовалюти, біткоінів та віртуальних активів. Це історичний момент. Зміни, які розвивають світову економіку, скоро у нас в країні» [Електронний ресурс] // Legalhub – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://legalhub.online/novyny/virtualni-aktyvy-verhovna-rada-shvalyla-zakon>

Русс Д. А., канд. екон. наук Яковенко В. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В УКРАЇНІ

В сучасних ринкових умовах дедалі більше уваги приділяється питанню корпоративної культури. Воно є відносно новим й недостатньо висвітленим з наукової точки зору не лише в Україні, а й у більш економічно розвинутих зарубіжних країнах. Для України питання корпоративної культури є особливо актуальне, оскільки вона обрала проєвропейський шлях. Тому для її конкурентоспроможності на світовому ринку потрібні зміни та нове осмислення необхідності корпоративної культури.

Зарубіжні наукові видання корпоративного управління приділяють самостійного значення проблемам формування та розвитку корпоративної культури. На їх думку, корпоративна культура – це «етичні стандарти та постулати віри», які домінують на підприємстві. Дослідження довели, що значення корпоративної культури у досягненні ефективного управління є надзвичайно великим. Можна зазначити, що дана культура виступає основним елементом корпоративної стратегії, але, слід зауважити, це твердження залишається непомітним для українських підприємств.

Вокремлюють три рівні корпоративної культури, що охоплюють об'єктивні та суб'єктивні атрибути. До об'єктивних можна віднести корпоративний імідж підприємства (вигляд підприємства в очах споживачів, ділових партнерів та працівників) та бренд-менеджмент [1, с. 348–356]. До суб'єктивних атрибутів відносяться зовнішні (символи, манера одягатися, герої, лозунги, фірмовий стиль, міфи, інтер'єр, легенди) та внутрішні (узагальнені цінності та норми, припущення і глибокі переконання, основні принципи поведінки). Українському національному характеру та ментальності притаманна певна низка рис, що не проникненні нормами корпоративної культури. Насамперед як витоки низького рівня розвитку економічної культури, чинники психологічного характеру.

Вивчаючи вплив особливостей характеру на процес формування корпоративної культури, важливо брати до уваги, що для населення України характерне пріоритетне ставлення не формальному розуму, а нормам моральності життя суспільства, що беруть початок на принципах людяності та індивідуальності, гармонії з екологією. Особливості національної культури України, незважаючи на деякі принципові риси, що обумовлюються історичними пережитками суспільства, характеризуються певною низкою конструктивних рис, що мають вплив на засвоєння норм цінностей корпоративної культури (високий рівень волелюбства, природний демократизм та ін.) [2, с. 199–204].

Найголовніша відмінність вітчизняної економіки є відсутність професійної організації управління, тобто криза менеджменту. Корпоративний сектор економіки України на сьогодні недостатньо нормативно забезпечений і потребує зміцнення нормативної бази та створення нових законів, пов'язаних із корпоративною діяльністю підприємств та самої держави. Як свідчить аналіз, більшість законодавчих актів до тепер потребують доопрацювання, не говорячи про необхідність створення нових законів, які б регламентували корпоративні відносини в Україні.

До напрямків розвитку корпоративного управління в Україні можна віднести:

- захист прав та забезпечення принципу рівності для усіх акціонерів;
- забезпечення прозорості та своєчасності надання інформації;
- формування і розвиток корпоративної культури на відповідному рівні [3].

Слід відмітити, що для створення ефективної корпоративної культури в Україні не завадить провести такі заходи як: зміни в соціальній, економічній, політичній сфері. Важливо забезпечити гідні умови праці для українців, щоб уникнути відпливу кваліфікованих працівників за кордон. Важливим є звернення уваги на внутрішні і зовнішні чинники, щоб керівники могли швидко адаптуватись до вимог глобалізаційних змін в економіці. Україна має затвердити свої цінності та йти до умов покращення і виходу на світовий рівень, а тому необхідно формувати корпоративну культуру вітчизняних підприємств з врахуванням європейських цінностей та збереженням унікальності своїх [4, с. 81–89].

Отже, можемо сказати, що вітчизняні підприємства мають всі шанси для створення і формування ефективної корпоративної культури в сучасних умовах. Це, звичайно, буде потребувати значних зусиль у всіх сферах діяльності, переорієнтації у поглядах та нормах, але неодмінно призведе до розквіту вітчизняних підприємств та їх утвердження в світовій економіці. Тому осмислення необхідності для України корпоративної культури та прийняття відповідних заходів для розвитку її напрямків є надзвичайно потрібними в сучасних ринкових умовах.

Список використаних джерел:

1. Федулова Л.І., Гавловська Н. І., Декалюк О.В. та ін., Сучасні концепції менеджменту: Навч. посібник / За ред., проф. Л.І. Федулової. – К.: Центр учбової літератури, 2007.
2. Шершньова З. Е., Оборська С. В. Стратегічне управління. – К.:КНЕУ, 1999.
3. Савчук Л. Розвиток корпоративної культури в Україні / Л.Савчук. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.personal.in.ua/article.php?ida=68>.
4. Скуратівський А. Правова культура у контексті особливостей розвитку соціального буття українського суспільства та національного характеру українців // Вісник УАДУ при Президентіві України. – 2002. – № 1.

Сотула В. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У СФЕРІ ПОСЛУГ

Тривалий розвиток людства, а також початок розвитку соціально-орієнтованої ринкової економіки сприяє необхідності збільшення певних сфер економічної діяльності, котрі допомагають задовольнити потреби людини. Це потребує вірно та швидко обирати суспільні пріоритети, а також своєчасно стимулювати конкретні напрямки та сфери діяльності.

Саме сфера послуг є найбільш орієнтованою на задоволення потреб споживача, збільшення якості життя населення, тому за рахунок інвестування у цю сферу діяльності можна створити умови, котрі випереджатимуть розвиток. Індивідуальне обґрунтування потрібне для проектів, котрі залучають інвестиції у сферу послуг, а також мають перешкоди на шляху реалізації проекту.

Активна інвестиційна діяльність є умовою успішного розвитку сфери послуг. Як правило, можна вважати, що механізм реалізації інвестиційної діяльності тісно пов'язаний з інвестиційним процесом в сучасних умовах трансформації та розвитку економіки.

Сьогодні тенденції розвитку споживання, котрі супроводжуються зміною структури споживчих пріоритетів та зростанням добробуту, характеризуються швидким зростанням сфери послуг в системі потреб людини, оскільки «послуга – одна із форм задоволення потреб людини» [1]. Саме через це сфера послуг і стає привабливим полем для інвестування. Сфера послуг в Україні займає одне з передових місць складової ринкової економіки. Вона формує все більше значення в частині складання ВВП країни, зайнятості населення, поповнення суми бюджету, а також в управлінні ринком, який спрямований на формування відносин, котрі сприяють задоволення запитів та потреб споживача. Оскільки в Україні досвід в даній області відсутній, а також оперування в приватному секторі економіки загалом, сфера послуг лише розвивалася в кількісному напрямі [1].