

Отже, нині в Україні пріоритетним залишається розвиток оптової торгівлі та біржової торгівлі, а також створення кластерів у галузях аграрного сектору економіки.

В умовах викликів сьогодення необхідно забезпечити у повній мірі реалізацію сильних сторін вітчизняного аграрного сектора. Разом з тим, потребують ґрунтовного дослідження слабкі позиції, що унеможливають та стримують розвиток агробізнесу. Так, слабкими сторонами є: кризовий стан ресурсного потенціалу сільського господарства та складне фінансове становище сільгоспвиробників; недосконалість ринкової та виробничої інфраструктури АПК; загострення соціальних проблем; недостатнє державне регулювання та підтримка розвитку аграрного виробництва.

Горин В.П.,

доктор економічних наук, професор

Тиник Ю.М.,

здобувач вищої освіти,

Західноукраїнський національний університет,

м. Тернопіль, Україна

ДО ПИТАННЯ ПРО ЕКОНОМІЧНИЙ ВИМІР ПАТРІОТИЗМУ

Почуття патріотизму є одним із найважливіших громадянських почуттів, базовим компонентом національної свідомості народу, потужним засобом суспільної інтеграції й формування національної ідентичності. Його визначають як одну із фундаментальних цінностей людської цивілізації, що веде свій початок із процесів політичної соціалізації людей та формування перших державно-організованих спільнот. Патріотизм виражається через любов до свого краю, його історії та культури, трепетне ставлення до рідної мови, національних традицій, культурної спадщини. В складні періоди державотворення патріотизм стає потужним консолідуючим чинником, який дає можливість зберегти країну, активізувати потенціали і засоби, які гуртують націю навколо ідей збереження цілісності держави, її недоторканості та суверенітету. Розуміння патріотизму, його ролі та місця у житті кожного члена суспільства «відкриває перспективи визначення стратегії та способів відродження країни в періоди трансформацій, забезпечення її безпеки та захисту» [1, с. 134].

Взаємодія між людиною і державою, яка формує середовище для прояву патріотичних почуттів, відбувається у багатьох сферах життєдіяльності, зокрема й економічній. Економічні відносини мають протирічливий характер, адже кожен учасник відстоює у них власні інтереси. Як слушно зазначає Б. Карпінський, патріотизм людини виявляється через «постійну готовність підпорядковувати свої особисті інтереси інтересам загалом, у якому живеш, захищати інтереси своїх громади, народу загалом» [2, с. 214]. Звідси, через оцінювання, яким чином у суспільстві виявляється узгодження/підпорядкування інтересів кожного індивіда з інтересами держави, економічна сфера може показово проявити відмінності між шароварним та реальним патріотизмом. Якщо особа декларує любов до України, виявляє це через носіння національного обсягу, шанування традицій, культури та символів країни, але при цьому в жодному разі не готова поступитися власними економічними інтересами на користь інтересів суспільства і держави, то такий патріотизм можна визначити як фальшивий, або шароварний. На наш погляд, така форма псевдопатріотизму є найбільш небезпечною, адже свідчить про корисливу цинічну позицію людини стосовно своєї держави. Така людина заради особистої вигоди готова змінити особисті погляди і навіть діяти на шкоду власній країні, що особливо небезпечно в умовах війни. Псевдопатріоти «знекровлюють» економіку країни, зменшують економічні можливості боротися проти зовнішньої агресії. Вони толерують побутову корупцію, витрачання бюджетних ресурсів на купівлю представницьких автомобілів, облаштування офісів та інші атрибути розкішного життя, використовують будь-які

можливості для отримання особистих вигод, не вбачають проблеми у казнокрадстві, ухиленні від сплати податків та інших проявах економічної поведінки, яка завдає значних економічних збитків. І це все може спостерігатись на фоні загалом шанобливого ставлення до української мови, національних традицій та культури.

Натомість, реальний патріотизм в економічній сфері виявляється не тільки через декларування індивідом любові до власної країни та її народу, але й втілення цих переконань у щоденних економічних рішеннях, які передбачають узгодження або підпорядкування особистих інтересів інтересам суспільства. Однак, доцільно розрізняти умови щодо узгодження чи підпорядкування особистих та суспільних інтересів як прояв патріотизму. Складно погодитись із позицією Б. Карпінського, що патріотичною є позиція, яка передбачає тільки підпорядкування особистих інтересів людини інтересам країни. Відповідно до сервісного підходу, держава як суспільний інститут існує для служіння народу, задоволення інтересів та потреб кожного члена суспільства, забезпечення гідного рівня життя й добробуту усіх його прошарків. Тобто те, що добре для добробуту суспільства, має бути добрим і для держави. Відповідно, у мирний і стабільний час, коли ніщо не загрожує цілісності та суверенітету країни, її збереженню як державного організму, а також функціонуванню економічної системи, важливим є не стільки підпорядкування особистих інтересів людини інтересам держави, скільки їхнє узгодження. Однак, у періоди викликів національній безпеці, економічних криз та нестабільності саме підпорядкування особистих інтересів індивіда, а іноді навіть дії всупереч власним інтересам визначають рівень патріотизму як кожної людини, так і суспільства загалом.

Фінанси визначають «кровоносною системою» економіки, оскільки будь-які економічні операції зазвичай супроводжуються рухом коштів, які виражають розподільчі й перерозподільчі відносини. Відповідно, можна стверджувати про існування фінансового виміру патріотизму, який виражає такий тип економічної поведінки, коли індивід не тільки декларує любов до власної країни, але й реалізує цей принцип при ухваленні щоденних фінансових рішень, узгодженні особистих інтересів у фінансовій площині з інтересами суспільства загалом. Такий підхід характеризує фінансовий патріотизм у його особистісному вимірі, що недостатньо для розкриття сутності цього багатоаспектного поняття. Фінансовий патріотизм може також виявлятися на рівні суб'єктів господарювання, які реалізують власну господарську діяльність, узгоджуючи, а за певних обставин і підпорядковуючи корпоративні фінансові інтереси інтересам суспільства й держави.

Парадоксально, але також цілком раціонально говорити про певний рівень фінансового патріотизму органів публічної влади, або бюрократичного апарату. Попри те, що органи публічної влади представляють державу як суспільний інститут, а отже інтереси держави мали б бути тотожними їхнім інтересам, таке відношення не можна назвати правилом. Як обґрунтовує у теорії бюрократичної економіки Дж. Б'юкенен, бюрократичний апарат у своїй діяльності прагне до максимізації власної вигоди, нерідко на шкоду інтересам суспільства в цілому. Це отримує вираження у бюрократичній ренті – вигоді, яку отримує чиновницький апарат від використання власного посадового становища у корисливих цілях [3, с. 215]. Слабкість політичної культури, нерозвиненість демократичних інституцій в Україні та фактична відсутність політичної відповідальності стали причиною того, що нерідко управлінські рішення в рамках проведення фінансової політики визначаються не державницькими інтересами, а інтересами політичних сил чи фінансово-олігархічних груп, які володіють політичною владою і впливом, а інтереси суспільства ігноруються. Відтак, відповідною принципам фінансового патріотизму можна визначити таку модель фінансової політики органів публічної влади, зміст якої визначається на підставі узгодження інтересів усіх суб'єктів економіки (органів публічної влади, суб'єктів господарювання та населення), передбачає проведення стимулюючої фіскальної політики, зміцнення бюджетної системи, розвиток фінансових інститутів, протидію відтоку капіталів та інші дії відповідно до стратегічного завдання забезпечення сталого розвитку економіки держави й стабільного

підвищення суспільного добробуту.

Література:

1. Івченко Ю. Еволюція феномену патріотизму у світовій історії. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право*, 2016. Вип. 37. Т. 3. С. 134-137.
2. Карпінський Б. Державотворчий патріотизм нації як основа фінансового забезпечення конституційного ладу (Частина I). *Науковий вісник НЛТУ України*, 2013. Вип. 23(12). С. 211-219.
3. Мацелюх Н. П., Максименко І. А., Мартиненко В. В., Скорик М. О., Теліщук М. М. Інституціональна економіка: Навчальний посібник. Ірпінь: Університет ДФС України, 2020. 302 с.

Горюн К.М.,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
Нелюба О.Ю.,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
Шматенко В.В.,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
Навчально-науковий інститут технологій і торгівлі,
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

УПРАВЛІНСЬКИ ДОМІНАНТИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ЗОВНІШНЬОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Господарську діяльність будь якого підприємства в Україні в сучасних умовах слід оцінювати по наступних параметрах як конкурентоспроможність, наукові основи організаційного розвитку та відповідність стратегічних цілей підприємства Цілям сталого розвитку, визначеним ООН.

На нашу думку, в сучасній реальності під управлінням підприємством розуміється специфічна діяльність професіоналів з менеджменту, що спрямована на упорядкування, координацію функціонування і розвитку підприємства в синергетичній взаємозалежності від зовнішніх економічних суб'єктів, в інтересах досягнення стоячих перед підприємством цілей, що не протирічать Цілям сталого розвитку, що визначені для світової спільноти Міжнародною Організацією Об'єднаних Націй.

Ринкова економіка, до якої Україна перейшла у 1992 році, після довготривалого періоду перебування в плановому методі ведення господарства є економікою конкурентною. Тому конкурентоспроможність є найважливішою управлінською домінантою.

Конкурентоспроможність підприємства - це його здатність мати свою нішу у ринку, мати свій контингент споживача. Конкурентоспроможність забезпечує фінансовий результат діяльності підприємства: прибутковість, ліквідність, заробітну платню виробникам продукції.

Конкурентоспроможність досягається завдяки використанню менеджерами наукових основ організаційного розвитку. У даному контексті робота провадиться по досягненню взаємодії бізнесу та органів влади, забезпеченню фінансової та економічної безпеки, формуванню товарного асортименту, раціоналізації асортиментної політики підприємства, ресурсному забезпеченню виробництва [2; 3], досягненню довгострокової ефективності підприємства та стратегічної привабливості його товарів на ринку

Дуже важливим є питання становища підприємства на зовнішньому ринку, стійкість підприємства до зовнішнього середовища, нарощування кількості точок дотику аспектів діяльності підприємства з елементами зовнішнього середовища. Науковий інструментарій