

– зростання числа спорів та судових випадків;

Розумна стратегія регулювання полягає в тому, щоб запроваджувати обмеження у тій мірі, у якій це не шкодить довірі та репутації ринку та зберігає лояльність його учасників. У цьому випадку, після подолання кризових явищ базової економіки, ліквідність ринку буде знову відтворена та збільшена. Однак, не варто розраховувати на збереження попереднього складу та співвідношення сил учасників ринку після його відновлення. Тому створення привілейованих умов виживання конкретним учасникам ринку, а не групам учасників за ознаками, не є доцільним.

Інформаційні джерела:

1. Джордж Акерлоф, "Ринок "Лимонів": невизначеність якості та риночний механізм", 1970.
2. Едгар Петерс, "Хаос та порядок на ринках капіталу: новий погляд на цикли, ціни та волатильність", друге видання, 1996.
3. David Easley "The Microstructure of the 'Flash Crash': Flow Toxicity, Liquidity Crashes and the Probability of Informed Trading" 2010

УДК 334

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ НА ОСНОВІ УЗГОДЖЕННЯ ІНТЕРЕСІВ СТЕЙКХОЛДЕРІВ

Олім В.О., асп.

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **О.А. Круглова**

Державний біотехнологічний університет

Розвиток корпоративного сектору в Україні зумовлює актуальність дослідження питань щодо формування ефективного корпоративного управління. Для забезпечення обґрунтованих рішень щодо розвитку корпоративного управління розроблено науково-методичний підхід, в основу якого покладено методи аналізу стейкхолдерів і нечіткої логіки. Розрахунки пропонується здійснювати у такій послідовності:

1. Визначення мети оцінювання. Метою оцінювання є визначення рівня цінності, що забезпечує система корпоративного управління для стейкхолдера.
2. Визначення зовнішніх і внутрішніх стейкхолдерів підприємства.
3. Групування стейкхолдерів з використанням моделі А. Мендлоу. У результаті стейкхолдери компанії будуть представлені за

такими групами: група 1 – стейкхолдери, які мають відносно низький ступінь зацікавленості і відносно високий ступінь впливу; група 2 – ключові стейкхолдери, які мають високий ступінь зацікавленості та високий ступінь впливу; група 3 – стейкхолдери із високим ступенем зацікавленості та відносно низьким ступенем впливу; група 4 – стейкхолдери з відносно низькими ступенями впливу і зацікавленості у розвитку підприємства.

4. Визначення рівня цінності, що забезпечує система корпоративного управління для кожної групи стейкхолдерів. Враховуючи ключові вимоги і рекомендації Кодексу корпоративного управління цінності компанії можуть бути представлені таким їх переліком: максимізація вартості компанії та прибутку для її власників, рівноправність акціонерів у реалізації їх прав, прозорість практики управління компанією, добросовісність по відношенню всіх стейкхолдерів, дотримання стандартів кращих практик в галузі Сталого розвитку [1]. Показник цінності за групами стейкхолдерів рекомендовано розраховувати за формулою [2]:

$$K_V = \sum_{i=1}^n p_i \times \sum_{j=1}^5 \alpha_j \times \lambda_{ij},$$

де K_V – показник цінності, що забезпечує система корпоративного управління, коефіцієнт;

p_i – рівень i -ї цінності для оцінювання; дорівнює $p_i = \frac{1}{n}$;

$\alpha_j = (0,1; 0,3; 0,5; 0,7; 0,9)$ – сукупність вузлових точок;

λ_{ij} – значення функції приналежності.

Умови ідентифікації цінності наведено у таблиці.

Таблиця – Умови ідентифікації цінності системи корпоративного управління

Інтервал значення коефіцієнту K_V	Висновок щодо цінності, що забезпечує система корпоративного управління
$0 < K_V \leq 0,20$	дуже низька
$0,21 < K_V \leq 0,40$	низька
$0,41 < K_V \leq 0,60$	середня
$0,61 < K_V \leq 0,80$	висока
$0,81 < K_V \leq 1,0$	дуже висока

5. Визначення елементів корпоративного управління, що потребують удосконалення. Для цього використовується інформація щодо цінності що забезпечує система корпоративного управління з урахуванням виділених груп стейкхолдерів. Здійснювати заходи щодо утримання та збільшення цінності для стейкхолдерів за групами рекомендовано у такій послідовності: а) стейкхолдери групи 2; б) стейкхолдери груп 1т а 3; в) стейкхолдери групи 4.

Інформаційні джерела:

1. Кодекс корпоративного управління: ключові вимоги і рекомендації.
URL: <https://www.nssmc.gov.ua/documents/kodeks-korporatyvnoho-upravlinnia-kliuchovi-vymohy-i-rekomendatsii/>.

2. Клебанова Т.С., Гвоздицький В.С., Рудаченко О.О. Попередження фінансових криз у корпоративних системах на основі нейро-нечітких моделей. *Бізнес Інформ.* 2019. № 2. С. 140-146. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2019-2_0-pages-140_146.pdf.

УДК 338:631.115:347

ПРОБЛЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Рябченко Є.В., здоб. вищ. осв. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Р.М. Остапенко**

Державний біотехнологічний університет

Стратегія є усебічним комплексним планом, який призначений для того, щоб забезпечити здійснення місії підприємства і досягнення її цілей. Стратегічний план вимагає розробки оригінальних (нетрадиційних) моделей розвитку, ґрунтовних досліджень і достовірних фактичних даних. Щоб ефективно конкурувати в сьогодишньому світі бізнесу підприємство повинно постійно займатися збором і аналізом величезної кількості інформації про галузь, конкуренцію та інші фактори.

Обґрунтування розвитку підприємства являє собою набір дій і рішень, започаткованих керівництвом, що ведуть до розробки специфічних стратегій. Призначених для того, щоб допомогти підприємству досягти намічених цілей. Процес стратегічного планування являється інструментом, що допомагає в прийнятті управлінських рішень. Його завдання забезпечити нововведення і організаційно-економічні зміни.

Модель розвитку підприємства, з організаційно-економічної