

СЕКЦІЯ II. ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ ТА ПРАВОЗНАВСТВО

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА В УМОВАХ ГЛОБІЛЬНИХ ВИКЛИКІВ СУЧАСНОСТІ

ГРИЦЕНКО Н.В., канд. екон. наук, доцент

Український державний університет залізничного транспорту

Харків, Україна

ПРИНЦИПИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ПАРТНЕРСТВА ПРИ ВЗАЄМОДІЇ РІЗНИХ ВИДІВ ТРАНСПОРТУ

Транспорт забезпечує виробничі і невиробничі потреби матеріального виробництва, невиробничої сфери, а також населення в усіх видах перевезень. Взаємодія різних видів транспорту полягає в злагодженій та узгодженій роботі транспорту в загальному перевізному процесі. Ця взаємодія залежить від багатьох умов правового, економічного, технічного, технологічного, організаційного та управлінського характеру. В умовах сьогодення концепція соціально-економічної відповідальності все частіше розглядається як процес, в рамках якого підприємства управляють своїми відносинами з різними групами інтересів, тоді як зацікавлені сторони отримують прерогативи до того, аби здійснювати реальний вплив на спосіб здійснення економічної діяльності.

Необхідним механізмом, за допомогою якого здійснюється соціально відповідальна взаємодія транспортних компаній із зацікавленими сторонами із трьох секторів суспільства – державного, приватного та некомерційного, є соціально-економічне партнерство. При цьому воно виступає каталізатором позитивних соціальних змін та стабільного розвитку транспортної системи, а також є невід’ємним елементом імплементації концепції соціальної відповідальності в транспортних компаніях.

Предметом соціально-економічного партнерства при взаємодії різних видів транспорту виступають колективні відносини між соціальними партнерами із участі трудових колективів у встановленні умов праці; з участі трудових колективів в управлінні організаціями, на яких вони працюють; щодо укладення і виконання колективних договорів та колективних угод на галузевому, регіональному, національному рівнях; щодо діяльності професійних спілок та інших представницьких органів трудового колективу в соціально-трудових відносинах; щодо утворення та діяльності об’єднань роботодавців; з вирішення індивідуальних та колективних трудових спорів.

До сфери соціально-економічного партнерства входять: досягнення консенсусу з питань забезпечення зайнятості, створення додаткових робочих місць, організації оплачуваних громадських робіт, захисту населення від безробіття; застосування найманої праці з дотриманням техніки безпеки, вимог з охорони здоров'я працівників у процесі праці, оплати праці й забезпечення відтворюючої і стимулюючої функції заробітної плати, прав працівників на своєчасне отримання заробітної плати; забезпечення нормального режиму праці й відпочинку; забезпечення права працівників на участь в управлінні працею на підприємстві, в розподілі прибутку для забезпечення соціальної діяльності підприємства, у визначенні соціальних стандартів і встановленні їх мінімальних меж, у встановленні порядку проведення колективних переговорів, вирішенні колективних трудових спорів тощо.

Виходячи з вищезазначеного постає питання співвідношення соціально-економічного партнерства при організації праці у взаємодії різних видів транспорту і колективного трудового права.

У широкому розумінні предмет соціально-економічного партнерства ширший за своїм змістом предмета колективного трудового права. Останнє регулює лише колективні відносини з приводу застосування найманої праці, а предметом соціально-економічного партнерства в організації праці можуть бути як окреслені нами питання, так і відносини, що знаходяться поза їх межами, зокрема сфера соціального забезпечення, охорони здоров'я тощо.

Отже, подальший розвиток взаємодії підприємств, організацій і установ, що входять до складу транспортних мереж країни, на основі вищезазначених принципів передбачає дослідження закономірностей розвитку даних процесів в зв'язку з необхідністю формування єдиного соціально-економічного транспортного поля, досягнення балансу приватних, корпоративних, публічних та державних інтересів в транспортній сфері при взаємодії різних видів транспорту для забезпечення подальшого соціально-економічного розвитку держави і її регіонів.

Транспорт сприяє суспільному територіальному поділу праці, формуванню зв'язків між населеними пунктами та всередині їх. Без злагодженої взаємодії різних видів транспорту неможлива інтеграція України у загальносвітову економічну систему. Це обумовлює модернізацію його соціально-економічних партнерських відношень.

Список використаних джерел

1. Білорус О. Г., Гаврилюк О. В. Стратегічні імперативи адаптації та трансформації зовнішньоторговельної діяльності України в умовах

європейської інтеграції. *Економіка України*. 2015. № 11. С. 4–15. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2015_11_2.

2. Будкін В. Методологічні аспекти функціонування «Єдиного економічного простору». *Матеріали наукової конференції «Світовий досвід удосконалення зовнішньоекономічної діяльності в контексті концепції сталого розвитку»*. 18 жовтня 2012 року. Київ : ІСЕМВ НАН України, 2012. С. 3–5.

3. Вдовенко Ю.С. Інструментарій приватно-державного партнерства у місцевому соціально-економічному розвитку. *Теорія та практика державного управління*. 2009. № 3 (26). С. 1-5.

4. Chygryn O. The mechanism of the resource-saving activity at joint stock companies: the theory and implementation features. *International Journal of Ecology Development*. Volume 31. Issue number 3. 2016. P. 42–59.

5. Melnyk L.G. Instruments and key factors of sustainable (“green”) economy formation. *Actual Problems of Economics*. Volume 178, Issue 4, 2016, P. 30-36.

ДЕРГОУСОВА А.О., к.е.н., доцент

СИВОЛОВСЬКА О.В., к.е.н., доцент

Український державний університет залізничного транспорту

Харків, Україна

НОВА ПАРАДИГМА СПОЖИВАЦЬКОЇ ПОВЕДІНКИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Сьогодні диктує нові правила поведінки для споживачів. Епідемія COVID-19 суттєво змінила умови здійснення покупок. Ми практично всі перейшли до онлайн життя. Які ж встановилися нові практики і цінності, якими керуються нині споживачі? Як тепер змінюються ринки під впливом мінливого світу?

Оскільки соціальне дистанціювання стає вже стандартом після пандемії, споживачі вимушені адаптувати свою поведінку до нових реалій. Важливим фактором успіху в бізнесі стає здатність передбачати зміни в поведінці споживачів і розробляти відповідні довгострокові стратегії, які прискорюють відновлення сильно постраждалих галузей.

Останні дослідження показують значне зростання за широким спектром продуктових категорій, включаючи продукти харчування, обладнання для домашнього офісу, побутову електроніку і товари для домашніх тварин.