

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗМІСТУ ОСВІТИ
МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІНАНСІВ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»
кафедра теоретичної та прикладної економіки
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
кафедра фінансового менеджменту
UNIVERSITY OF ECONOMY IN BYDGOSZCZ (POLAND)
REZEKNE ACADEMY OF TECHNOLOGIES (LATVIA)
ISTANBUL AREL UNIVERSITY (TURKEY)
GUMUSHANE UNIVERSITY (TURKEY)
AMITY UNIVERSITY (INDIA)
ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «АКАДЕМІЧНИЙ ПРОСТІР»**

Конкурентні стратегії розвитку України в умовах альтерглобалізму

**Матеріали III Міжнародної науково-практичної
конференції**

9 квітня 2021 р.

Київ – 2021

УДК 005.21:005.332.4 (477)
JEL D1; E02; E2

Організаційний комітет:

Голова оргкомітету:

Смоляр Л.Г. – проф., ректор Міжнародного університету фінансів.

Співголови оргкомітету:

Велта Любка – проф., директор наукового інституту Регіональних досліджень Резекненської академії технологій (м. Резекне, Латвія);

Кшиштоф Сікора – доц., президент Університету Економіки у Бидгощі (м. Бидгощ, Польща);

Мажена Собчак-Міхаловська – доц., проректор з міжнародної діяльності, Університет Економіки у Бидгощі (м. Бидгощ, Польща);

Осман Їлдірім – проф., Арельський університет у Стамбулі (м. Стамбул, Туреччина);

Саліх Їлдіз – проф., доцент кафедри маркетингу, Університет Гумушане (м. Гумушане, Туреччина);

Маной Шарма, проф., завідувач відділу міжнародних зв'язків Амїтського університету (Індія);

Наміта Сахай – проф., завідувач кафедри фінансів, Університет Амїти (Нойда, Індія);

Ірина Крейдич – проф., завідувач кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (м. Київ, Україна).

Наталія Ситник – проф., завідувач кафедри фінансового менеджменту, Львівський національний університет імені Івана Франка (м. Львів, Україна).

Заступники голови оргкомітету:

Ольга Іляш – проф., проректор з наукової та міжнародної діяльності, Міжнародний університет фінансів (м. Київ, Україна);

Ольга Михайлик – доц., кафедра фінансів, Міжнародний університет фінансів, (м. Київ, Україна).

Члени наукового комітету:

Дарія Дорошкевич – проф., завідувач кафедри менеджменту та інновацій, Міжнародний університет фінансів (м. Київ, Україна).

Лариса Докієнко – доц., завідувач кафедри фінансів, Міжнародний університет фінансів (м. Київ, Україна);

Олена Трофименко – доц., завідувач кафедри економіки та підприємництва, Міжнародний університет фінансів (м. Київ, Україна);

Олена Лапко – проф., кафедра фінансів, Міжнародний університет фінансів (м. Київ, Україна);

Сергій Савченко – доц., проректор з навчально-організаційної роботи, Міжнародний університет фінансів (м. Київ, Україна);

Наталія Коба – доц., кафедра менеджменту та інновацій, Міжнародний університет фінансів (м. Київ, Україна);

Олена Шевчук – доц., кафедра теоретичної та прикладної економіки, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського».

Конкурентні стратегії розвитку України в умовах альтерглобалізму: Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (9 квітня 2021 р.) / Відповідальні за формування та випуск: Л.Г. Смоляр, О.І. Іляш, О.М. Михайлик. – К.: УВОІ «Допомога» УСІ», 2021. – 138 с.

Рекомендовано:

засіданням Вченої ради Міжнародного університету фінансів
Протокол № 8-20/21 від 31.03.2021 р.

У збірнику публікуються тези доповідей, підготовлені за результатами науково-практичних досліджень молодих вчених з актуальних проблем міжнародного інвестування, глобальних стратегій та підприємництва.

У збірнику максимально точно збережена орфографія, пунктуація та стилістика, які були запропоновані учасниками конференції.

Повну відповідальність за достовірність та якість поданого матеріалу несуть учасники конференції, їх наукові керівники, рецензенти та структурні підрозділи закладів вищої освіти і наукових установ, які рекомендували ці матеріали до друку.

Тези публікуються мовою оригіналів (українська, англійська, польська).

ЗМІСТ

Секція 1

«Конкурентоспроможність європейських і українських компаній в сучасній глобальній економіці»

БЕБИХ Я. М. Актуалізація проблем забезпечення конкурентоспроможності підприємств...	5
ВЕНГЕР О.О. Пропозиції щодо збільшення конверсії продажів в рамках маркетингової стратегії ГС «УПД» з використанням моделі AIDA	7
ВІКСМАН М. Є. Фактори впливу на формування ефективної міжнародної маркетингової стратегії підприємства в сучасних умовах.....	9
ГАВРИЛЮК І. А. Аналіз існуючої стратегії інноваційного розвитку підприємства ДП «НВО ПАВЛОГРАДСЬКИЙ ХІМІЧНИЙ ЗАВОД»	10
ГЛУЩЕНКО А. О. Інструменти та методи управління в процесі масштабування компаній	11
ГРИНЮК Н. А. Міжнародна конкурентоспроможність кооперативних підприємств України.....	14
ГРИНЧИШИН Я.М. Антисипативне антикризове управління як запорука конкурентоспроможності підприємства	16
DOROSHKEVYCH D. V. Comparative capabilities of traditional and social media in modern marketing.....	18
ІВАНЧУК В. Ю. Забезпечення стійких конкурентних переваг малого та середнього бізнесу в умовах динамічних змін.....	19
ЛИТВИНЕНКО І. С. Застосування цифрових технологій при формуванні робочого місця.....	22
МАТВІЄНКО Д. Р. Напрями вдосконалення корпоративного управління компанії.....	24
ОЛЕЩЕНКО Л. Л. Удосконалення системи управління персоналом підприємства.....	26
ОСАДЧА О. А. Сутність та завдання управління ризиками діяльності підприємства.....	28
ПАВЛЮК К. Є. Особливості управління інноваційним розвитком підприємств поштового зв'язку	30
РЕВЕНКО І.О. Теоретичні аспекти управління кредитоспроможністю підприємств	31
СЕЛІВАНОВА М. Ю. Оцінка проблем конкурентоспроможності України в умовах глобалізації.....	34
ТАТАРИН Н. Б., КРАВЕЦЬ М. Б. Конкурентоспроможність українських підприємств в сучасній економіці	36
ТУРБЕЙ О. М., КУЦА М. П. Бізнес-модель як інструмент забезпечення конкурентоспроможності компанії на ринку.....	38
ЦВІЛЕНКО О. І., ЩЕРБИНА О. В. Забезпечення фінансової конкурентоспроможності ПАТ «Житомирський маслозавод»	41

Секція 2

«Міжнародні інвестиції і стратегії українських підприємств в умовах альтерглобалізму»

ARLETTE IRAKOZE Incipience of the African countries as the foreign investment hub for developed economies (case of Rwanda)	43
ГАЛАЙ О. В. Стратегії українських підприємств в умовах альтерглобалізму.....	45
ГРЕБІНЕЦЬ М. В. Управління інвестиційною діяльністю підприємства	47
ГОРЕЦЬКА Ю.В. Особливості комунікаційної політики банків.....	48
ДОКІЄНКО Л. М. FP&A та «нова нормальність»: ключові завдання та функції.....	50
ЄРЕШКО Ю. О., ТОВМАСЯН В. Р. Інноваційна фінансова політика підприємства	53
КАЛУГІН Д. В. Управління фінансовою безпекою підприємства	56
КИСІЛЬ Х. С. Особливості конкурентоспроможності банку на ринку кредитних послуг	58
КОБА Н. В. Функціональне забезпечення реалізації стратегій управління знаннями організації.....	61
КРАСНЯНСЬКИЙ Д. Антикризова програма підприємства: методичні основи розробки та організація виконання.....	62
КРИВОРУЧКО І. П. Міжнародна фінансова інфраструктура в Україні	65
КРЕЙДИЧ І. М., ТОВМАСЯН В. Р. Структура фінансової політики підприємства	68
МІЩЕНКО М. М. Теоретичні аспекти до оцінки рівня конкурентоспроможності банків.....	69

М'ЯЛОВСЬКА О.А. Класифікація інструментів грошово-кредитної політики центрального банку	72
НАКОНЕЧНА О. С. Потенційні можливості співпраці банків та фінтех-компаній	75
ПАСІКА В. В. Сучасний стан та перспективи розвитку банківської системи України	78
ПЕТРЕНКО А. В. Розробка систем мотивації на підприємстві	80
РАСУЛОВ Т.В. Оцінювання потенціалу виживання підприємства	83
РОЩИНА Н. В. Іноземний капітал у банківському секторі України	85
ШИДЛОВСЬКА А. О., МИХАЙЛИК О. М. Дискусійні питання щодо сутності фінансової стратегії підприємства.....	87
ЩЕРБИНА О. В. Розвиток глобальних ринків венчурного інвестування	89

Секція 3

«Глобальний розвиток індустрій та перспективи зростання Industry 4.0.»

БАБИЧ А. Е. Дослідження тенденцій розвитку ринку нейростимуляторів в Україні та світі.....	92
ДЕЙНЕКА К. А. Порівняльна характеристика систем електронного документообігу.....	95
КОБА М. О. Стан транспортно-логістичної системи України	96
КОБЗАР В. В. Проведення технологічного аудиту проекту (на прикладі ІТ-проекту розробки системи оцінювання знань студентів).....	98
КОВАЛЬЧУК Г. О. Формування ефективної системи управління інноваційним потенціалом підприємства	100
LARYSA SLOBODA Global trends in Fintech payments industry in a pandemic period	103
ЛИТОВЧЕНКО В. Р. Діджиталізація бізнес-процесів	106
МІРОШНІЧЕНКО В. О. Управління матеріальними ресурсами з використанням інформаційних технологій	108
ТРОФИМЕНКО О. О., ФРОЛОВ І. В. Особливості управління ризиками суб'єктами ринку електроенергії в умовах реформування енергетичного сектору України.....	110
ЦИМБАЛ А. В. E-LEARNING в системі управління персоналом як фактор ефективного розвитку персоналу.....	113
ЧМІЛЬОВ М. В., СОРОКІНА Ж.Д. Пріоритетні напрями вдосконалення системи управління підприємством.....	115
ЩЕРБАНЬ Т. І. Цифрова трансформація бізнес-моделей компаній в умовах пандемії COVID-19	117

Секція 4

«Вплив глобальної економіки на конкурентоспроможність та економічну безпеку держави»

БЛОХІН П.В. Економічні наслідки війни та їх вплив на економічну безпеку держави як передумова формування механізмів миротворчості	119
ВАТАМАНЮК-ЗЕЛІНСЬКА У.З., ЯЦЬКОВА Р.В. Загрози для економічної безпеки України в умовах глобалізації	123
КОЛІШЕНКО Р.О. Дослідження напрямів екологічного прориву України у процесі глобальних змін	125
КУРИШКО Н.В. Вплив діяльності транснаціональних корпорацій на фінансову безпеку України.....	128
МАСЛОВА Н.О. Дослідження інструментів грошово-кредитної політики центральних банків європейських країн світу.....	130
ПЕТРОВИЧ А.З. Державно-приватне партнерство, як інвестиційний інструмент фінансування економічних процесів країни	133
ТАТАРИН Н.Б., ЛУЦЬ М.М. Особливості фінансово-економічної безпеки України в умовах пандемії COVID-19	135
ШЕВЧУК О.А. Україна у глобалізованому світі	137

Секція 1

«Конкурентоспроможність європейських і українських компаній в сучасній глобальній економіці»

УДК 631.15

БЕБИХ Я.М.

*Студентка кафедри менеджменту та інновацій
Науковий керівник – д.е.н., проф. Іляш О.І.
Міжнародний університет фінансів*

АКТУАЛІЗАЦІЯ ПРОБЛЕМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах змінного зовнішнього середовища та зростання ризиків забезпечення виступає головною домінантою розвитку сучасних підприємств. Окрім того Європейські стандарти ускладнюють роботу підприємств, які своєю чергою вимушені знаходити більш ефективні методи економічного зростання, використовувати економічно доцільні методи управління, забезпечувати необхідні обсяги виробництва та реалізації продукції з високим рівнем обслуговування, встановлювати оптимальні обсяги співвідношення власного і позикового капіталу. Таким чином, в умовах жорсткої конкуренції необхідно розробити стратегію розвитку підприємств в чітких орієнтирах зростання конкуренції на ринку.

Такі українські вчені, як В. Бодров, Т. Крупяк, А. Сотник, Я. Базилук, О. Гейц, Б. Губський, В. Гетц, В. Чередниченко, Ю. Пахомов, А. Голубченко, О. Шнипко, Б. Квасюк та ін. займалися вирішенням проблем оцінювання та підвищення конкурентоспроможності підприємств. Автори зазначають що завдяки інвестиціям та їх вкладу можна досягнути найвищого рівня конкурентоспроможності. Разом з тим, питання стратегічного планування в динамічних умовах господарювання з метою покращення конкурентоспроможності підприємстві надалі залишаються актуальними.

Відтак, метою статті виступає обґрунтування впливу структурних змін в управлінні на покращення конкурентоспроможності підприємств.

Варто зауважити, що в умовах розвитку інноваційної економіки з метою підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств необхідно посилювати інноваційний потенціал підприємств, підвищувати ступінь пристосованості суб'єктів діяльності до навколишнього середовища та забезпечувати можливості виходу бізнесу на нові ринки.

Після отримання Україною незалежності було прийнято низку реформ, більшість з яких так і не були реалізовані на практиці [4]. Ці незавершені реформи не забезпечили формування якісних суспільних та економічних відносин, які б відповідали суспільним потребам держави. Відтак, з кожним роком знижується рівень конкурентоспроможності держави у світових рейтингах. Це у свою чергу, призводить до загострення конкуренції за ресурси в умовах глобальної економіки.

Складні глобальні процеси гальмують розвиток національної економіки, що призводить до втрати конкурентних переваг, уповільнення темпів росту ВВП навіть якщо ціни будуть зростати [2]. Україна у 2007 році вперше увійшла до щорічного рейтингу конкурентоспроможності країн всесвітніх експертів швейцарського Міжнародного інституту розвитку менеджменту (IMD) в якому із 55 країн зайняла 46-те місце [2]. Сьогодні, Україна займає 85-те місце в рейтингу країн світу по конкурентоспроможності. За результатами експертів IMD Україна втрачає свої позиції у глобальному рейтингу конкурентоспроможності, а найнижчий показник характеризує економічне становище України в цілому. Така ситуація, безумовно, створює нові вимоги до управління конкурентоспроможністю підприємств [2]. Серед першочергових завдань слід виділити переорієнтацію фінансових ресурсів з поточного споживання в інвестування та інноваційне спрямування інвестицій.

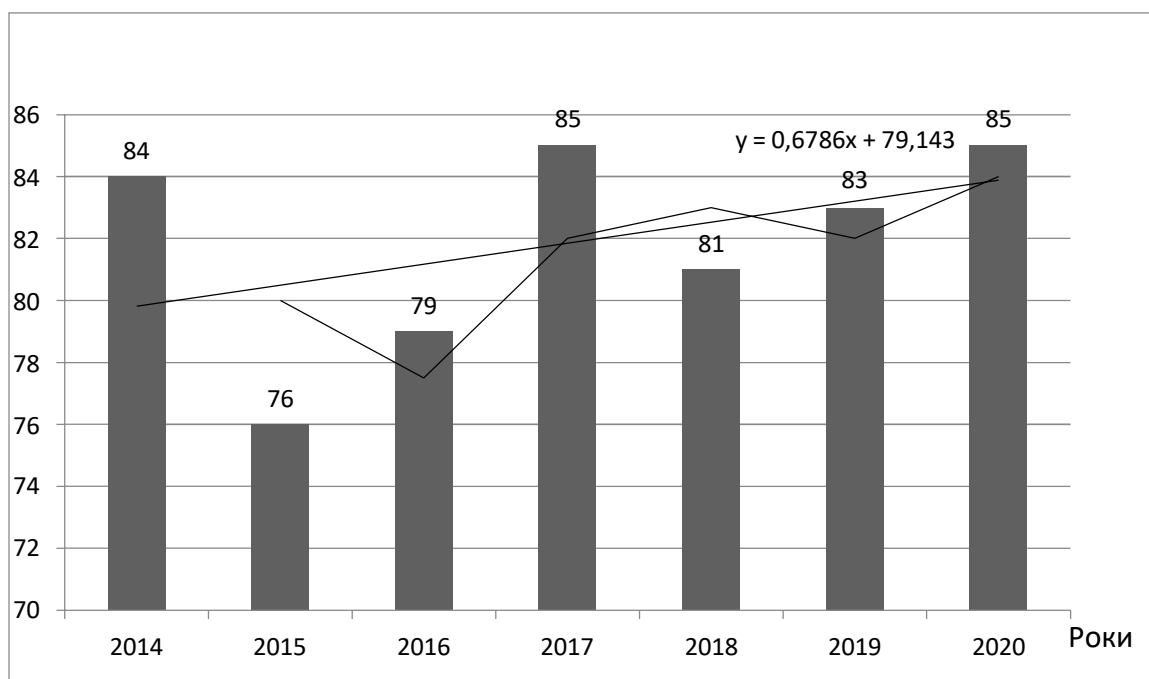


Рис. 1. Місце України у глобальному рейтингу конкурентоспроможності, 2020 р.

Такі напрями конкурентоспроможності обумовлені, насамперед, тим, що обмежені обсяги фінансування знижують капіталовкладення у наукову діяльність та знижують рівень інноваційного потенціалу країни [3].

Для підвищення конкурентоспроможності національної економіки державі потрібно направити всі зусилля на стимулювання високих технологій, впровадження інновацій, реструктуризацію і підвищення ефективності виробництва, регулювання природних монополій. Забезпечення структурних змін включає низку стратегічних орієнтирів, зокрема поширення енергетичних та екологічно ефективних технологій. Не дивлячись на довгострокову перспективу зростання вартості енергетичних ресурсів та низький рівень самозабезпеченості, ресурсоощадження і перш за все енергоощадження повинні розглядатися, як складові політики підвищення економічної незалежності та підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Серед інших орієнтирів варто відзначити імпортозаміщення та переорієнтацію із зовнішніх на внутрішні ринки збуту [2].

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності повинно серед іншого включати:

- технічне переозброєння виробництва на основі впровадження інновацій;
 - розширення обсягів фінансування науково-технічних й інноваційних програм підвищення конкурентоспроможності підприємств, а також підтримки науково-технічних проєктів;
 - розширення інноваційної інфраструктури та державної підтримки розвитку малих і середніх підприємств, які здійснюють інноваційну діяльність;
 - залучення іноземних інвестицій у розвиток інноваційної діяльності підприємств.
- Впровадження запропонованих заходів суттєво змінить технологічний уклад підприємств, підвищить можливості розвитку та використання товаровиробниками комбінованих технологічних систем з різноплановою структурою фінансування.

Таким чином, фундаментом для забезпечення конкурентоспроможності підприємств має стати інноваційна модель їх розвитку. Закріплення стійких позицій конкурентоспроможності підприємств сприятиме підвищенню ефективності виробництва (за наявності розроблених стратегій функціонування). Якщо розглядати підвищення конкурентоспроможності як довгостроковий процес, задля покращення результатів діяльності необхідним є використання нових управлінських рішень або альтернатив. Відтак, подальші розробки будуть стосуватися вивчення впливу структурних рішень у сфері інновацій та процеси управління конкурентоспроможності підприємств в динамічних умовах розвитку економіки.

Список використаних джерел

1. Україна-2015 : національна стратегія розвитку. URL: <http://www.semynozhenko.net/content/files/Ukraine-2015%20big.pdf>.

2. Сотник І. М., Дмитренко А. О. Структурні зрушення в інноваційній сфері та їх вплив на підвищення конкурентоспроможності національної економіки. *Механізм регулювання економіки*. 2008, № 3, Т. 1.: С.51-57.

3. Голубченко А. К. Відродження промисловості України – шлях до радикальної гуманізації економіки України. URL: <http://www.spu.in.ua/ua/zayavy/3414>.

4. Івченко В. Тези виступу на урочистій церемонії підписання угоди про утворення корпорації «Науковий парк «Київська політехніка». URL: <http://www.in.gov.ua/index.php?get=141&id=384>.

УДК 659.01

БЕНГЕР О.О.

аспірант кафедри менеджменту та інновацій
Науковий керівник – д.е.н., доц. Дорошкевич Д.В.
Міжнародний університет фінансів

ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ЗБІЛЬШЕННЯ КОНВЕРСІЇ ПРОДАЖІВ В РАМКАХ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ГС «УПД» З ВИКОРИСТАННЯМ МОДЕЛІ AIDA

Для внесення пропозицій щодо збільшення рівня конверсії у існуючих клієнтів в рамках існуючої маркетингової стратегії ГС "УПД" та планування майбутньої соціальної активності згідно з обраною стратегією, обрано модель AIDA.

AIDA - модель поведінки споживачів і найвідоміший в маркетингу метод для підвищення продажів. Принцип, на якому будуються продажі і виходять високі конверсії. Він був придуманий американським маркетологом Елмо Льюїсом (E. St. Elmo Lewis) [1] в 1898 році (рисунок 1).

Суть полягає в тому, що будь-яке рекламне звернення має привернути увагу потенційного споживача, потім викликати його інтерес, який перейде в бажання володіти товаром і, нарешті, спонукати до дії - покупці. Тут класична модель закінчується. Задоволення ж означає, що після цих процедур потрібно ще домогтися того, щоб споживач залишився задоволеним продукцією. Такий споживач може розповісти про покупку рідним і знайомим, стати постійним клієнтом компанії і купувати інші її продукти.



Рисунок 1. Модель AIDA, де
Awareness – усвідомлення; Interest - інтерес. Desire – бажання; Action – дія. [2]

Використаємо модель AIDA задля створення точки відліку та знаходження нинішніх показників залучення цільової групи через соціальну мережу фейсбук та розрахуємо мінімальний бюджет, що використовувала ГС «УПД» до побудови маркетингової стратегії. Візьмемо наступні показники зі статистики фейсбук за останній місяць, де була залучена цільова група №1 на 2 безкоштовних та 1 платний захід (таблиця 1).

Для проведення розрахунків щодо подальшої реалізації стратегії розрахуємо конверсію цільової аудиторії на кожному етапі AIDA. Беремо охоплення публікації за 100% заохоченої цільової аудиторії.

$$KAI = (1954 * 100) / 3412 = 57\%, \quad (1)$$

де KAI – конверсія клієнтів з етапу усвідомлення в етап інтересу.

Таблиця 1 – Статистичні дані соціальної залученості клієнтів ГС «УПД» за січень 2020

Показник	Статистичні дані
Рекламний бюджет	1400 грн
Кількість охоплень публікації	3412
Залученість аудиторії	1954
Сума показників «Цікавить» та «Піду»	624
Реальна кількість учасників заходів	117

Складено автором

$$KID = (624 * 100) / 3412 = 18\%, \quad (2)$$

де KID – конверсія клієнтів з етапу інтересу в етап бажання.

$$KDA = (117 * 100) / 3412 = 3,4\%, \quad (3)$$

де KDA – конверсія клієнтів з етапу бажання в етап дії.

Показник конверсії потенційних клієнтів з етапу бажання в етап дії складає 3,4%, що говорить про низьку лояльність клієнтів. Бажаний показник на цьому етапі, який співвідноситься з обраною стратегією, складає 10%. Враховуючи це, з метою збільшення лідогенерації необхідно з використанням оберненої конверсії розрахувати кількість потенційних підписників сторінки на Facebook, показник охоплення, залученості аудиторії та учасників заходів, що має залучити платна рекламна кампанія в рамках реалізації стратегії соціальної активності.

Для забезпечення рівня охоплення публікацій у 10115 людей, потрібно збільшити рекламний бюджет у три рази. Що буде становити 4200 гривень на місяць. Але для реалізації стратегії соціальної активності потрібно провести додаткові зміни у роботі. Так, потрібно оновити контент-план у рамках побудови нової стратегії, що має створити більшу зацікавленість брендом Ukrainian Food Valley, і побудувати міцні довірчі відносини учасників групи ГС «УПД» і залучити нову аудиторію у соціальній мережі Facebook.

Таким чином, можна говорити про те, що на основі зформованої стратегії просування в Інтернеті, можна збільшити лідогенерацію у три рази за умови збільшення щомісячного бюджету до 4200 грн та впровадження нового контент-плану.

Список використаних джерел

1. Маркетингові технології економічного зростання / [Окландер М.А., Яшкіна О.І., Литовченко І.Л. та ін.] ; за ред. М. А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2012. 376 с.
2. Манн І. Маркетинг на 100%. Москва: МиФ, 2015. 256 с.

УДК 658:0048.1

ВІКСМАН М.Є.

Студентка кафедри менеджменту та інновацій
Науковий керівник – к.е.н., доц. Кам'янська О.В.
Міжнародний університет фінансів

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Враховуючи глобалізацію ринків, для більшої частини підприємств важливим є розвиток міжнародної діяльності. Деякі з установ нашої країни вже активно займаються просуванням маркетингової діяльності на світовому ринку.

Існує велика кількість визначень, що характеризують поняття «міжнародна маркетингова стратегія». Проаналізувавши окремі з них, ми визначили, що міжнародна маркетингова стратегія – це сценарій поведінки компанії відносно представлення своїх продуктів чи послуг на цільовому ринку [4]. Вона включає в себе також просування та обслуговування попиту на них.

Варто зазначити, що формування міжнародної маркетингової стратегії вирізняється власною специфікою, в порівнянні зі стратегією внутрішнього ринку. Головний аспект – це комплексність завдань, що постають перед підприємствами. Усе це вказує на те, що дослідження процесу формування міжнародної маркетингової стратегії вимагає багатостороннього підходу.

Концептуальні методи формування міжнародної маркетингової стратегії зазнали різких змін за останні 30 років. У 80-х роках більшість досліджень було зосереджено на одному питанні: чи необхідно маркетинговій стратегії притримуватися стандартів для іноземних ринків чи бути адаптивною до вимог конкретного національного ринку.

Протягом останнього десятиріччя головна увага приділялася проблемам міжнародної маркетингової стратегії. Серед них варто виокремити наступні: вибір країни, способи виходу на зовнішній ринок, ризики вибору невірної стратегії.

Останні дослідження вказують, що українські підприємства поки поступаються світовим компаніям у питанні міжнародної маркетингової стратегії. Розвиток маркетингової діяльності зарубіжних компаній та українських експортерів складає 68,1 % і 40,7% відповідно [3].

Маркетингова міжнародна стратегія – цілісний, інтегрований план дій. Для її ефективної реалізації варто виокремлювати не групи маркетингових стратегій, а саме елементи маркетингової стратегії (субстратегії). Таким чином вони виступають як складові частини єдиного цілого. Виразні приклади субстратегій: стратегія охоплення ринку, стратегія зростання, стратегія конкурентної поведінки.

Разом з тим, під час розробки кожного з вказаних видів стратегії виникає необхідність обирати між різноманітними можливостями стратегічного характеру. Іншими словами, вибір постає між стратегічними альтернативами (наприклад, виклик лідеру чи слідування за ним).

Для визначення процесу формування міжнародної маркетингової стратегії варто чітко окреслити її вхідні та вихідні елементи. До перших відносяться аспекти, які сприяють розробці міжнародної маркетингової стратегії. Ключові з них – детермінати маркетингового середовища, цілі та місія компанії. Вихідні елементи об'єднують у собі рішення на користь зростання компанії, способи для вигідного виходу на міжнародний ринок, конкуренту поведінку, охоплення ринків тощо.

Окремо варто зупинитися саме на вихідних елементах міжнародної маркетингової стратегії. Вони розподіляються на:

- Внутрішні (розмір, ресурси, цілі компанії, мотиви інтернаціоналізації);
- Зовнішні (тип ринку з точки зору конкуренції, сфера бізнесу, міжнародне маркетингове середовище) [1].

Таким чином, міжнародна маркетингова стратегія виступає важливим інструментом для реалізації потенціалу компанії. Вона дозволяє досягти значних успіхів на зовнішній економічній арені.

Враховуючи останні світові події, а саме активний розвиток пандемії коронавірусу, не можна не зазначити, що вірус здійснює безпосередній вплив на світову економіку в цілому. Достеменно важко передбачити якими будуть наслідки, адже ситуація продовжує розвиватися.

Зрозуміло, що за таких обставин розвиток міжнародних маркетингових стратегій відійшов на другий план. Більшість компаній зосередилися на збереженні свого бізнесу хоча б частково.

Але точно відомо одне, що міжнародні маркетингові стратегії компаній вимушені адаптуватися під реальні умови. На державні та приватні підприємства очікують не найкращі часи. За досить оптимістичними прогнозами, близько 60% фірм сегменту малого та середнього бізнесу збанкрутують.

Зараз напевно можна сказати, що зростання світової економіки відбувається надто повільними темпами. Спостерігається падіння попиту на майже всі види товарів та послуг на 70-80%. Великі компанії скорочують обсяги виробництва і стають дуже обережні у прогнозах щодо обсягів продажів. Гостро стоїть питання скорочення штату працівників та безробіття.

На європейському континенті найбільше з економічної точки зору постраждала Іспанія. У 2 кварталі 2020 року, її економіка впала на 18,5 %, в порівнянні з попереднім аналогічним періодом. Також невтішні показники мають Франція та Італія, де економіка знизилася на 14%

і 12% відповідно. Навіть Німеччина, що вирізнялась потужною маркетинговою стратегією, вказує на падіння економіки на 10,1 % [2].

Разом з тим, Китай за аналогічний період навпаки продемонстрував показники економічного зростання на 3,2 %. Ці цифри стали частковою компенсацією значного падіння на 6,8% у першому кварталі. Такі несуттєві цифри в порівнянні з європейськими країнами пов'язані з тим, що Китай вже оговтується від наслідків економічної кризи [2].

Відомо, що в Австралії, США, Китаї, Італії розроблені спеціальні програми для підтримки малого та середнього бізнесу у період пандемії. Вони передбачають зниження податків, відсоткової ставки за кредитами, зменшення орендної плати та ін. Окрім того передбачені певні зміни до законодавства. Їх головна мета – попередити хвилю банкрутства як приватних осіб, так і підприємств.

Отже, міжнародна маркетингова стратегія є важливою складовою управління підприємства, незалежно від його рівня та спеціалізації. За сучасних умов цілі та завдання компаній зазнають різких змін під впливом різноманітних факторів, чільне місце серед яких займає пандемія коронавірусу. Саме тому окремої уваги заслуговує питання успішної реалізації певних маркетингових стратегій крізь призму глобалізаційних процесів та кризових явищ.

Світовим підприємствам варто ретельно обирати ефективну міжнародну маркетингову стратегію. Окрім того, її необхідно співвідносити з масштабами своєї діяльності та цілями на обраному ринку.

Список використаних джерел

1. Гавриленко, Т.В. (2005). Маркетингова стратегія підприємства в умовах глобалізації: вісник Київського університету ім. Т. Шевченка: *Економіка*. №73, 11-13.
2. Гесслер, У., Сааков, В. (2020). Як світові гіганти рятують бізнес від банкрутства через коронавірус. URL: <https://p.dw.com/p/3gRYr>.
3. Каніщенко, О. Л. (2007). Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств: Теорія і господарські ситуації: навч. посіб.: Політехніка, 152 с.
4. Куденко, Н. (2006). Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Київ: КНЕУ. 152 с.
5. Циганкова, Т.М. (2004). Оцінка розвитку ключових напрямів маркетингової діяльності українських експортерів: *Маркетинг в Україні*, №3 (25): КНЕУ, 40-45.

УДК 658:0048.1

ГАВРИЛЮК І.А.

*Студент кафедри менеджменту та інновацій
Науковий керівник – д.е.н., доц. Дорошкевич Д.В.
Міжнародний університет фінансів*

АНАЛІЗ ІСНУЮЧОЇ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ДП «НВО ПАВЛОГРАДСЬКИЙ ХІМІЧНИЙ ЗАВОД»

Для оцінки існуючої стратегії інноваційного розвитку підприємства необхідно спочатку проаналізувати стан технічного обладнання підприємства ДП НВО «Павлоградський хімічний завод». Обладнання, яке на даний момент використовується на підприємстві потребує інноваційного переоснащення. Тобто, зменшення енергоспоживання та підвищення потужності. Також потребують переоснащення робочі місця працівників, покращення освітлення робочих місць згідно рекомендацій [1].

На ринку переважає олігополістична модель ринкової конкуренції, наряду з ДП "НВО"ПХЗ" лише одне підприємство виробляє вагому частку продукції на ринку. Отже в даній сфері основними інструментами та методами маркетингової стратегії являється активна взаємодія з посередниками, постачальниками та великими клієнтами, постійний пошук нових зв'язків з ринком, нецінова конкуренція з фірмою-конкурентом [2]. При прояві недосконалої конкуренції використовується значно більша кількість засобів реклами – інтернет-реклама, просування у соціальних мережах, розміщення рекламних повідомлень на місцевих та тематичних порталах, електронна комерція. Окрім цього підприємство підтримує зв'язки із зарубіжним клієнтом за рахунок прийняття участі у конференціях, виставках та форумах пов'язаних зі сферо діяльності фірми.

Підприємство підтримує активний зв'язок з клієнтом і надає пост- продажний сервіс за

допомогою онлайн підтримки та інших форм обслуговування. ДП "НВО"ПХЗ" освітлює інформацію про нову продукцію на власному сайті, де споживачі мають можливість дізнатися більш детально про продукцію безпосередньо у виробника – на форумі.

Довгострокова стратегія підприємства передбачує встановлення стабільних зв'язків з посередниками та клієнтами на ринку. Зокрема у планах підприємства – відновити активне співробітництво з іноземними фірмами-клієнтами [3].

Сфера хімічної промисловості більше зорієнтована на внутрішнього споживача, завдяки чому втрачає певні конкурентні переваги. Стратегічні плани передбачають здобуття лідерства на внутрішньому ринку завдяки інноваційній активності та неціновій конкуренції [4].

Таким чином, можна зробити висновок, що компанія повинна почати розробку інших моделей товарної продукції з метою розширення асортименту, а також зосередитись на розвитку логістичної сфери та взаємодії з постачальниками.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Мокий А.І., Полякова Ю.В., Фільченко І.Ю., «Митна політика в системі захисту внутрішнього ринку» - Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського, збірник «Глобальні та національні проблеми економіки» Випуск 6, 2019 [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/6-2015/16.pdf>.
3. Островецький В.І. «Амортизаційна політика України в системі інструментів податкового стимулювання інвестиційно-інноваційної активності» - *Економічний вісник Донбасу* №2(48), 2017 [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/v/amortizatsionnaya-politika-ukrainy-v-sisteme-instrumentov-nalogovogo-stimulirovaniya-investitsionno-innovatsionnoy-aktivnosti>.
4. Лист Державної податкової адміністрації «Щодо застосування штрафних санкцій до суб'єктів підприємницької діяльності, які придбали спеціальний торговий патент» [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v6517225-99>.

УДК 658

ГЛУЩЕНКО А.О.

Студентка кафедри менеджменту та інновацій
Науковий керівник – к.е.н., доц. Коба Н.В.
Міжнародний університет фінансів

ІНСТРУМЕНТИ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ В ПРОЦЕСІ МАСШТАБУВАННЯ КОМПАНІЙ

Розвиток організації нерозривно пов'язаний із розвитком особистостей, які її представляють. Сучасні компанії — це живі організми, адже їхній добробут, процвітання та здатність масштабуватися більшою мірою залежать від людського фактора.

І якщо раніше було заведено вважати, що ключовим людським впливом є професіоналізм та освіта менеджменту, то сьогодні все більше уваги приділяють вивченню питання ролі лідерства, емоційного інтелекту та відповідальності всіх пов'язаних учасників. Водночас ключовим людським фактором, що впливає на масштабування компаній, є здатність вивчати та застосовувати дієві методи управління змінами та вдало поєднувати сучасні та традиційні підходи. Саме раціональне та ірраціональне управління дозволяє створити команди лідерів і досягти проривних результатів.

Верн Гарніш і команда Gazelles визначили три основні перешкоди на шляху розвитку компанії:

1. Лідерство: неспроможність компанії прийняти на роботу або «виростити достатню кількість лідерів, здатних делегувати повноваження та дивитися на крок уперед.

2. Інфраструктура, яку можна масштабувати: відсутність системи та структур (фізичних та організаційних) для подолання труднощів, що супроводжують розвиток, у комунікації та під час прийняття рішень.

3. Маркетинг: неспроможність до розширення продуктового відділу маркетингу, здатного привернути до компанії нових клієнтів, кваліфікованих працівників, радників і зав'язати інші важливі знайомства.

Для подолання цих перешкод Gazelles розробили методи й інструменти, що дозволяють масштабувати організації та збільшувати прибутки, а також запропонували 4 ключові принципи, слідування яким допоможе компанії створити та реалізувати стратегію сталого розвитку.

По-перше, в управлінні людьми, як у вихованні дітей, важливо встановити низку правил, часто повторювати сказане та ставитися до цих правил послідовно. Саме такий підхід визначає роль і силу фундаментальних цінностей організацій. Якщо віднайти такі цінності та ефективно їх використовувати, усі пов'язані з міжособистісними відносинами рішення й системи в компанії орієнтуватимуться на них.

По-друге, в обранні стратегії важливо пам'ятати два підходи — будь-які плани від початку мають цікавити достатню кількість клієнтів і в результаті вирізняти організації з-поміж конкурентів.

По-третє, на етапі реалізації важливо сформувати ключові звички: визначити пріоритети, щодня збирати кількісні та якісні дані, щотижня переглядати їх та користуватися ними при прийнятті рішень, встановити ефективний ритм нарад — щодня, щотижня, щомісяця, щокварталу, щороку.

По-четверте, в управлінні фінансами важливо оцінювати, як кожне рішення позначатиметься на грошових потоках, доходах і прибутках. [2]

Розвиток компанії — складне завдання, яке вимагає потужних і водночас простих інструментів і засобів для виконання роботи. У реалізації чотирьох визначених принципів створено низку методів та інструментів, що дають змогу реалізовувати лідерство та досягати ефективності в управлінні змінами.

Розглянемо основні з них докладніше.

«Односторінковий особистий план» [2]: інструмент для керівників компаній, що розкриває 4 ключові теми: люди-відносини, стратегії-досягнення, реалізація-ритуали та гроші-статки. Це інструмент самоаналізу лідера, який дає змогу встановити довгострокові, середньострокові та тактичні цілі й визначити пріоритети діяльності організації, з огляду на бажання та цілі власника. Зрештою, місією кожної організації є самореалізація її власників через діяльність у рамках процесів та отримані прибутки від функціонування бізнесу.

«Матриця «переваги, недоліки, тенденції» [2], що доповнює погляд SWOT-аналізу, дозволяє також проаналізувати зовнішні тенденції, що виходять за межі звичайної галузі та географії й запобігти «професійній короткозорості».

При роботі в рамках такого методу важливо зрозуміти, які переваги можуть привести організацію до успіху, які недоліки організації навряд чи зміняться та які тенденції (технологічні, соціологічні, економічні тощо) можуть вплинути на розвиток організації.

«7 прошарків стратегії» [2]: інструмент, що дозволяє розробити систему переваг організації в її ніші. Інструмент охоплює аналіз зазначених сфер і ставить такі запитання лідерам організації: Які слова мають викликати у ваших цільових клієнтів асоціацію з вашою компанією? Хто ваші основні клієнти? Які три обіцянки дав їм ваш бренд? Яку гарантію може дати ваш бренд? Чи можете ви сформулювати свою стратегію на один рядок? Які 3–5 дій збігаються з визначенням унікальності гарвардського бізнес-стратега Майкла Портера? Який у вас Х-фактор — 10–100-кратна перевага над конкурентами? Який у вашої компанії показник економічного розвитку і НЗЗ?

Такий інструмент визначає бренд від початку та до кінця, і з цим визначенням має узгоджувати все. По суті, це стратегія конкуренції на ринку, що дає змогу суттєво вирізнятися з-поміж конкурентів у ніші та на ринку загалом.

«Односторінковий стратегічний план» (ОСП) [2]: інструмент, який дозволяє підтримувати всіх лідерів на одній хвилі. Основна частина цього плану складається із семи стовпців, розбитих щодо семи основних питань, на які вам слід дати відповіді, щоби досягти бажаного результату: «Хто?», «Коли?», «Де?», «Як?», «Чому?», а також «Чи варто?».

Цей інструмент вдало комбінує довгострокові бачення й цілі з короткостроковим плануванням та поєднує людей і процеси. ОСП розробляється ключовими лідерами компанії на стратегічній нараді, що дає нагоду занурити кожного в процес поставлення цілей та визначення пріоритетів, а також виховує внутрішнє лідерство та відповідальність в організації.

«Схема відповідальності за функціями» (СХФ) [2] — дозволяє проаналізувати та закріпити за кожною посадою один-два ключових показники ефективності, котрі визначатимуть, якими справами щодня має опікуватися кожен окремий лідер. Такий інструмент дає змогу зафіксувати перелік результатів, за які відповідає кожна посада, а також визначити прогалини в особистому складі та рівень ефективності вищого керівництва.

Ключове в роботі зі СХФ — оцінити, чи всі функції в компанії мають своїх лідерів і чи всі лідери мають свою обмежену функцію. Питання, які ви маєте поставити після оцінки: чи не закріплена одна посада за двома людьми й більше; чи не обіймає одна людина понад одну посаду?

Інструмент дає змогу зрозуміти, що побудова організації починається не з розстановки цікавих людей на вільні місця, а зі створення функціональної структури організації та визначення лідерських позицій, бажаного рівня досягнень і ключових показників ефективності кожної функції в організації.

«Схема відповідальності за процесами» [2] — робочі процеси рухаються по горизонталі між різними посадами, а посади не ізольовані одна від одної. Зрештою, якщо між ними немає ефективної взаємодії, компанія починає забуксовувати на шляху до зростання. Інструмент дозволяє зафіксувати ключові процеси та відповідальних співробітників, а також зафіксувати показники ефективності кожного процесу в роботі.

У роботі з аналізом процесів важливо оцінювати їхню продуктивність через призму показників ефективності. Отримуючи рівно позитивні результати, лідер організації так само має ставити перед собою виклики й шукати способи вдосконалення процесів.

Один із дієвих методів покращення процесів — впровадження принципів ощадливого виробництва й аналізу «потоків цінностей», тобто всіх дій (як тих, що створюють, так і тих, що не створюють цінність), необхідних, щоби провести продукт через наступні основні операції: виробничий потік, що перетворює сировину на продукт; потік проекту, що реалізує процес від створення концепції до випуску першого виробу. [1]

Теорія обмежень, що базується на вивченні ефективності кожної окремої точки процесу пропонує алгоритм покращення, що базується на таких кроках: знайти обмеження в системі, вирішити, як ефективно експлуатувати обмеження системи, узгодити всі інші дії з цим рішенням, підвищити пропускну здатність цієї точки. [3]

Ключовий принцип теорії — кожна організація рухається настільки швидко, наскільки рухається її найповільніший процес. Відтак показник тривалості циклу кожного процесу буде найрепрезентативнішим показником ефективності, а зниження тривалості циклу — показником ефективного менеджменту.

«Метод «Хто? Що? Коли?» [2], який допомагає підвищувати ефективність щотижневих нарад і реалізує принцип чіткої комунікації та звітності між залученими особами в рамках роботи над завданнями та проектами. У реалізації цього методу найважливіше, щоби «коли» не виходило за межі проміжку між нарадами, а серйозні й довгострокові проекти позиціювалися через періоди й етапи.

Як зазначають Джефф Кокс та Еліяху Голдратт у своєму бізнес-романі «Мета. Процес безперервного вдосконалення»: «Продуктивність — це дія, спрямована на наближення фірми до досягнення її мети. Дія, що наближає фірму до її мети, є продуктивною. Дія, що не наближає фірму до досягнення її мети, не є продуктивною». [3] Відтак і оцінку будь-яких дій необхідно проводити через призму продуктивності для організації, а отже, осмислювати, наскільки своєчасність та якість виконання завдань певними людьми ведуть організацію до її мети.

Важливо розуміти, що реалізація методу відбувається в рамках ієрархічної структури організації, коли кожен лідер функції взаємодіє з учасниками свого підрозділу, перевіряючи виконання делегованих їм завдань в імперативному порядку, маючи на це права та обов'язки, визначені структурою. Водночас у роботі між собою лідери різних функцій так само можуть використовувати цей метод у більш директивному характері, організовуючи міжфункціональну взаємодію, яка не потребує постійного залучення вищого керівництва й робить виконання завдань швидшим і продуктивнішим.

Список використаних джерел

1. Вміння бачити бізнес-процеси: створення цінності та зменшення втрат / Майк Ротер, Джон Шук; перекл. з англ. Катерина Гуменюк. — Бібліотека Лін Інституту. — Київ. : Пабулум, Lean Institute Ukraine, 2017. — 132 с.
2. Масштабування бізнесу. Покрокова стратегія збільшення прибутків / Герніш Верн і команда Gazelles; пер. з англ. Анна Марховська. — Київ. : Наш формат, 2018. — 328 с.
3. Мета. Процес безперервного вдосконалення / Джефф Кокс, Еліяху Голдратт; пер. з англ. Ірина Ємельянова. — Київ. : Наш формат, 2018. — 448 с.

*Гринюк Наталія Андріївна,
канд.екон.наук, доцент, доцент кафедри світової економіки
Київського національного торговельно-економічного університету*

МІЖНАРОДНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Однією із доволі потужних сфер інтеграції в світі є міжнародний кооперативний рух. Світовий кооперативний досвід, частиною якого є і українська кооперація, свідчить, що кооперація - це не лише тип виробництва чи форма господарської діяльності, а економічно обумовлена ідеологія господарювання в жорстких економічних умовах, у тому числі трансформаційних криз та глобалізації світового економічного простору.

Сьогодні кооперативний сектор економіки України знаходиться на стадії транзитивних змін і відображає радикальні перетворення як в економіці країни, так і в державі в цілому.

Споживча кооперація України як важлива складова багатокладної економіки України в процесі реформувань також спрямовує свої зусилля на створення власної моделі господарювання, адекватної ринковій економіці. Втім, на сьогодні найбільш гострими проблемами сучасного розвитку національної споживчої кооперації залишаються недостатня адаптація до ринкових форм і методів господарювання та істотне руйнування ресурсного потенціалу в складних економічних умовах сьогодення.

Міжнародна діяльність споживчої кооперації України повинна стати реальною і значною складовою її господарської діяльності, головними чином через зовнішньоторговельну діяльність, міжнародне інвестиційне співробітництво, міжнародну виробничу кооперацію, міжнародне науково-технічне співробітництво та обмін досвідом.

Враховуючи досвід і результати діяльності світової споживчої кооперації, сучасний етап розвитку споживчої кооперації України повинен спрямовуватися на встановлення прямого, стійкого та довготривалого симбіозу виробничого та зовнішньоторговельного видів діяльності та прагнути до перетворення зовнішньоекономічного комплексу у динамічну та збалансовану виробничо-комерційну систему.

Дослідження особливостей функціонування системи споживчої кооперації України дозволили виокремити передумови успішної міжнародної діяльності цього сектора національної економіки:

- організаційно-правові засади функціонування: правова легітимність діяльності [1,2,4,5,6]; дієва законодавча база [2,3]; власна соціальна база членів; підтримка місцевих органів влади;

- організаційно-економічні засади господарювання: багатогалузевий характер діяльності; традиційні внутрішньогосподарські зв'язки; власна сировинна і товарна база; гарантований ринок збуту продукції; досвід зовнішньоекономічної діяльності;

- власна інфраструктура функціонування: сформована матеріально-технічна база; диференційованість підприємств та ієрархічність системи в цілому;

- власна багаторівнева система підготовки кадрів: кваліфікований кадровий персонал та науковий потенціал.

Все вищезазначене свідчить про достатній потенціал системи національної споживчої кооперації зайняти гідне місце в розвитку міжнародної діяльності України за рахунок збільшення експортного потенціалу, нарощення конкурентоспроможності виробництв.

Розвиток міжнародної діяльності споживчої кооперації України можливо забезпечити, насамперед, шляхом підвищення ефективності використання наявного експортного потенціалу, розширення існуючої номенклатури експортних товарів та підвищення їх конкурентоспроможності за рахунок:

1. Відновлення експортних «ніш» на зарубіжних ринках товарів традиційної номенклатури споживчої кооперації внаслідок:

- збільшення обсягів виробництва і експорту продукції традиційної номенклатури споживчої кооперації;

- розширення виробництва товарів з високим ступенем переробки, і, відповідно, експорту конкурентоспроможної продукції.

2. Залучення до експортних ресурсів нових товарів, які користуються постійним попитом на зовнішньому ринку:

- розширення обсягів експорту послуг внаслідок розвитку інфраструктури зовнішньоекономічної діяльності споживчої кооперації і підвищення кваліфікаційного рівня кадрового забезпечення зовнішньоекономічної діяльності;

- створення технопарків та інноваційних структур інших типів з метою підвищення технічного та технологічного рівня виробництва, освоєння потенційних зарубіжних ринків, визначення експортної спеціалізації системи споживчої кооперації в міжнародному поділі праці.

3. Підвищення конкурентоспроможності кооперативних підприємств на основі реалізації цільових програм їх реструктуризації:

- забезпечення фінансових, технічних, технологічних та організаційних умов для налагодження і розвитку виробництва конкурентоспроможної продукції;

- запровадження нових кооперативних форм інтегрування шляхом створення багатофункціональних кооперативів та спільних підприємств;

- активізацію діяльності кооперативних інформаційно-консалтингових фірм шляхом підвищення ефективності маркетингових досліджень, аналізу зовнішніх ринків з метою обґрунтування пріоритетної структури товарного експорту та імпорту технологій і обладнання кооперативних підприємств; розробки довгострокових програм щодо збуту експортної продукції кооперативних підприємств;

- диверсифікацію діяльності кооперативних підприємств у високоприбуткових сферах зовнішньоекономічної діяльності (розвиток іноземного туризму, митно-консигнаційної, лізингової діяльності, франчайзингу) і спрямування одержаних від діяльності фінансових ресурсів на розвиток експортного потенціалу.

4. Розробки системи залучення іноземних капіталів та формування сприятливого інвестиційного клімату в сфері діяльності споживчої кооперації на основі:

- реалізації організаційно-економічних заходів визначення пріоритетних територій для іноземного інвестування;

- підготовки проекту законодавчого закріплення сприятливого інвестиційного клімату в сфері діяльності споживчої кооперації;

- встановлення зв'язків з міжнародними програмами технічної допомоги, інвестиційними фондами з метою залучення потенційних інвесторів шляхом.

Виявлені чинники розвитку міжнародної діяльності національної системи споживчої кооперації повинні стати основою формування стратегії розвитку міжнародної діяльності кооперативного сектора України.

Слід наголосити, що одним з найважливіших завдань розвитку міжнародної співпраці споживчої кооперації України є не лише розширення діапазону зв'язків із закордонними кооперативними організаціями, але й формування міжнародних економічних, технічних і соціальних зв'язків на довготривалій основі з кооперативними організаціями зарубіжних країн.

Список використаних джерел

1. *Про зовнішньоекономічну діяльність*: Закон України [Електронний ресурс]: Закон України № 959-XII-ВР від 16.04.1991 р. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12>.
2. *Про кооперацію*: Закон України [Електронний ресурс]: Закон України № 1087-IV (зі змінами і доповненнями) від 10.07.2003 р. Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/1087-4>.
3. *Про споживчу кооперацію*: Закон України [Електронний ресурс]: Закон України № 2265-XII-ВР від 10.04.1992 р. Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/2265-12>.
4. Офіційний сайт Укоопспілки: [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.coop.com.ua.
5. The International Co-operative Alliance [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.ica.coop/en/international-co-operative-alliance>.
6. *European Community of Consumer Co-operatives* [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.eurocoop.org/en/>.

АНТИСИПАТИВНЕ АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ЗАПОРУКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Функціонування суб'єктів господарювання в умовах постійних змін і невизначеності, посилення конкуренції, глобалізації економічних відносин створює постійну небезпеку виникнення кризових ситуацій. Криза є об'єктивним етапом розвитку будь-якої соціально-економічної системи, що вимагає теоретичного з'ясування її сутності, як передумови ефективного антикризового управління.

Підходи вчених до розуміння кризових явищ здебільшого відзначаються концептуальною неоднозначністю. Деякі автори навіть зазначають про неможливість групування підходів до трактування поняття «криза підприємства», що зумовлюється значною різноманітністю підходів до визначення кризи. Крім концептуальної неоднозначності до розуміння кризових явищ, погляди вчених є діаметрально протилежними щодо висвітлення багатьох аспектів кризи на мікрорівні: очікуваності і ймовірності настання, динаміки розвитку, впливу на функціонування підприємства, зв'язку з банкрутством, наслідками для функціонування підприємства.

Термін «криза», як правило, в більшості випадків асоціюється з негативним явищем, ознаками якого є, передусім, раптовість, загроза, брак часу на реагування [1, с. 64]. Такий підхід пов'язаний з визначенням кризи як події. Як показують дослідження, більш правильним є процесний підхід до розвитку кризових явищ. Такий підхід дозволяє застосовувати своєчасні заходи щодо виявлення і попередження кризових ситуацій на підприємстві.

Оскільки первинним інформаційним джерелом, яке б сигналізувало про відхилення в показниках діяльності підприємства, є бухгалтерський облік, даному інструменту управління слід відвести і належне місце в антикризовому менеджменті. Однак, роль бухгалтерського обліку не можна розглядати звужено, з позицій лише інформаційного джерела при здійсненні антикризового управління підприємства.

Використання бухгалтерського обліку в антикризовому менеджменті пов'язане з ускладненням стандартів фінансового обліку та звітності, можливістю їх безпосереднього впливу на попередження кризових явищ. Підтвердженням цього є створення під час світової фінансової кризи 2007-2008 рр. спільними зусиллями Ради з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (IASB) та американської Ради зі стандартів фінансової звітності (FASB) антикризової групи Financial Crisis Advisory Group (FCAG), до завдань якої входило розглянути, як покращення у фінансовій звітності можуть допомогти підвищити довіру інвесторів до фінансових ринків.

Одним з основних принципів складання фінансової звітності, а також аудиту є принцип безперервності, застосування якого дає можливість отримувачам інформацію про перспективи розвитку підприємства. Відповідно до цього принципу підприємство повинно розкривати у фінансовій звітності події та умови, які можуть обумовити значні сумніви в допущенні безперервності діяльності.

Побудову антикризового фінансового менеджменту підприємства доцільно ґрунтувати на позитивній теорії бухгалтерського обліку, оскільки при її формуванні враховується вплив нестабільного економічного середовища. За позитивним підходом важливим для майбутнього відображення фактів господарського життя та вибору методів їх реєстрації важливим є розроблення облікової політики підприємства. За допомогою елементів облікової політики, а відтак і професійного судження бухгалтера, та за умови конкретизації вимог до характеру необхідних даних, досягається найбільш повне та ефективне забезпечення інформацією всіх рівнів управління на підприємстві. Обліковою політикою підприємства можуть бути передбачені певні антикризові заходи, що впливають з фінансової політики і стратегії підприємства: відображення інформації про витрати підприємства за статтями затрат, видами продукції, робіт та послуг, центрами відповідальності, порядок оцінки окремих видів активів.

Зменшення ризиків і невизначеностей при використанні позитивної теорії передбачає застосування принципу консерватизму, який є одним з фундаментальних і найважливіших принципів бухгалтерського обліку. Згідно з цим принципом, активи або доходи не повинні бути

завищені, а зобов'язання чи витрати – занижені. Консерватизм є певним ступенем обережності при формуванні професійних суджень, необхідних при розрахунках в умовах невизначеності.

Застосування принципу консерватизму при оцінці активів і зобов'язань підвищує надійність бухгалтерської звітності і зменшує ризик виникнення фінансових криз та банкрутства підприємств. Потенційна вигода облікового консерватизму полягає в тому, що він може зменшити ступінь інформаційної асиметрії для зовнішніх користувачів фінансової звітності. Прикладом застосування принципу обачності в бухгалтерському обліку, є створення забезпечень (резервів). Вони створюються для захисту підприємства від вірогідних і передбачуваних ризиків економічних втрат і загрози негативних наслідків інших ймовірних подій.

Дослідження, проведене в останні роки зарубіжними вченими, показують, що використання консервативних процедур у підготовці фінансової інформації призводить до зниження рівня корпоративного банкрутства. Також консервативний характер показників діяльності підприємства допомагає визначити ознаки фінансової кризи. Чим гірші показники фінансового стану підприємства, тим більша ймовірність того, що менеджери підвищать рівень консерватизму.

Незважаючи на те, що консервативний облік має ряд переваг, даний принцип, починаючи з 2010 року відповідно до Концептуальних основ фінансової звітності був виключений з якісних характеристик бухгалтерської інформації [3]. Відбулося зміщення інтересу з консервативного обліку до бухгалтерського обліку з використанням справедливої вартості.

Враховуючи значну кількість наукових публікацій щодо необхідності повернення до принципу обачності, а також критику відмови від принципу консерватизму від інвесторів, політиків та регуляторів, Рада з міжнародних стандартів фінансової звітності у 2018 р. переглянула Концептуальні основи, передбачивши використання обачності, як характеристику фінансової інформації [3].

Пріоритетною метою в антикризовій фінансовій діяльності підприємства є застосування попереджувально-профілактичних (антисипативних) заходів. Враховуючи те, що виникнення кризи на підприємстві несе загрозу його існуванню, можливість настання кризових явищ повинна діагностуватися на ранніх стадіях. Значний часовий відрізок у складанні фінансової звітності та, відповідно, відображенні суттєвих ризиків і невизначеностей в діяльності підприємства, спричиняє необхідність в інструменті управління, який би дозволив виявляти ранні сигнали, проводити ретельний аналіз можливостей і ризиків виходу з кризи на регулярній основі. Як свідчить світова практика, найбільш ефективним в цьому відношенні є застосування контролінгу.

Варто зауважити, що системі фінансового обліку та звітності притаманні недоліки, що стосуються особливостей використання інформації у фінансовому менеджменті. Так, зміни у зовнішньому середовищі і всередині суб'єкта господарювання відображаються у фінансових звітах після значної затримки часу. Тому фінансові дані, включені у звітність, просто відображають те, як успішно підприємство спрацювало у минулому. Аналіз минулих подій в контролінгу використовується в тій мірі, в якій він необхідний для розроблення стратегій і прогнозування відповідних заходів в майбутньому. Системи бухгалтерського обліку підприємств не включають негрошову інформацію (задоволеність клієнтів і постачальників, кваліфікація працівників, мотивація), яка є важливою при аналізі конкурентоспроможності і стійкості підприємства.

Список використаних джерел

1. Hermann, Ch. F. (1963). Some Consequences of Crisis Which Limit the Viability of Organizations. *Administrative Science Quarterly*. 1963. No. 8. p. 61-82.
2. РМСБО (2010). Концептуальна основа фінансової звітності. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_009#Text (дата звернення 18.03.2021).
3. РМСБО (2018). Концептуальна основа фінансової звітності. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/2019_RB_ConceptualFramework_ukr_AH.pdf (дата звернення 18.03.2021).

DOROSHKEVYCH D.V.,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
International University of Finance

COMPARATIVE CAPABILITIES OF TRADITIONAL AND SOCIAL MEDIA IN MODERN MARKETING

With the advancement of information technology and the Internet, new and promising ways of promoting products and services are emerging for modern businesses. Successful promotion and positioning of an enterprise on the Internet is the key to success of its activity. At the same time, the lack of information about a company on the Internet today can even lead to the loss of a regular customer and, as a consequence, the effectiveness of an organization's activity.

Important innovative tools for advertising products and services of modern businesses online are the use of social media. In a broad sense, social media are an Internet service that is intended to disseminate certain information created by users, whereas any consumer of the service may be the author of such information.

The term "social media" is used by modern researchers [1; 2; 3] to mean web-based services the content of which is created by users and they are intended for mass distribution of their content. Social media are the complete opposite of traditional media in which content is created by selected authors, that is, a limited number of people.

Social media have become such an important platform that almost every business uses it to market and promote their business, products and services. Social media are also used to exchange information and connect with customers and the public in general.

Social media sites have made communication with an audience so easy that different companies can interact with their customers and know their preferences, which are then employed offline to develop an appropriate brand promotion strategy.

The table below shows the comparative capabilities of traditional media and social media (Table 1).

Table 1. The comparative characteristics of traditional and social media

Criteria	Traditional Media	Social Media
Flexibility	Fixed, unchangeable	Instantly updateable
Commentary	Commentary limited and not real-time	Unlimited real-time commentary
Products	Limited, time-delayed bestseller lists	Instant popularity gauge
Archives	Archives poorly accessible	Archives accessible
Media mix	Limited media mix	All media can be mixed
Publishers	Committee publishers	Individual publishers
Lifetime	Finite	Infinite
Sharing	Sharing not encouraged	Sharing and participation encouraged
Control	Total control	Freedom

Source: compiled by the author on the basis of [1]

Comparing traditional and social media, one can see that social media have more advantages. After all, they can always be updated, mixed with other media content, have an endless effect (because everything that goes to the Internet stays there forever). We also see the possibility of free sharing, which allows disseminating and exchanging advertising information on social media without restrictions. Social media can generally be defined as a group of Internet applications and platforms that are based on the ideological and technological foundations of Web 2.0 and they allow creating and sharing user-generated content [4].

Social media are interactive, digital means of creating and disseminating information content, as well as a means of communication between users on the Internet, which facilitates business communication in both B2C and B2B space.

There are many variations and types of social media, including Facebook, Snapchat, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn, and Pinterest. Each of them is individual and has its own ideology for a specific target audience.

Having considered the concepts of social media, we can summarize and conclude that they are a very powerful means of influencing people. Through communication, a person can solve any problem. That is why it is so important to build the right connections on social media platforms when developing your business.

References:

1. Stokes, R. (2013) *eMarketing: The essential guide to marketing in a digital world*. Fifth edition. Quirk eMarketing (Pty) Ltd. 305 p.
2. Van Dijck, J. (2013) *The Culture of Connectivity - A Critical History of Social Media*. Oxford University Press, New York, 239 p.
3. Sajid, S. (2016) *Social Media and Its Role in Marketing*. Business and Economics Journal. Volume 7, issue 1. ISSN: 2151-6219 BEJ
4. Voorveld, H., van Noort, G., Muntinga, D.G., Bronner, F. (2018) *Engagement with Social Media and Social Media Advertising: The Differentiating Role of Platform Type*. Journal of Advertising, 47:1, 38-54, DOI: 10.1080/00913367.2017.1405754

УДК 330.341:658.5

ІВАНЧУК В.Ю.

Національний технічний університет України
«КПІ імені Ігоря Сікорського»,
Міжнародний університет фінансів
Науковий керівник – **д.е.н., проф. Іляш О.І.**
Національний технічний університет України
«КПІ імені Ігоря Сікорського»,
Міжнародний університет фінансів

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ДИНАМІЧНИХ ЗМІН

В сучасних умовах динамічних змін ринкового середовища, посилені дією процесів глобалізації, відбувається швидке знецінення конкурентних переваг, тому для досягнення цілей, отримання стійкого положення на ринку та успіху у конкурентній боротьбі малому та середньому бізнесу потрібно забезпечити стійкі конкурентні переваги.

Разом з тим, розвиток підприємницької активності супроводжується посиленням конкуренції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, зростаючим попитом на якісні продукти і послуги, змушуючи компанії постійно покращувати власний стратегічний потенціал, розробляти конкурентну стратегію і працювати над створенням нових конкурентних переваг. Відтак, розвиток конкурентних відносин призводить до кращого використання потенціалу суспільства, раціоналізації поведінки господарюючих суб'єктів.

Зауважимо, що конкурентні переваги – це прояв домінування перед конкурентами у виробничій, технічній, економічній, організаційній сферах діяльності підприємства, що можна виміряти економічними показниками, отже, такі переваги є не абсолютними, а порівняльними [4].

Конкурентоспроможність підприємств малого та середнього бізнесу є однією з найважливіших категорій ринкової економіки, яка характеризує можливість і ефективність адаптації підприємства до умов ринкового конкурентного середовища. Поліпшення конкурентних позицій підприємств – запорука успішної глобальної конкурентоспроможності держави на міжнародному ринку.

Серед ключових відмінностей малих і середніх підприємств – високий рівень мобільності, що дозволяє швидко і легко переміщати фінансові, трудові та матеріальні ресурси в сфері підвищеного попиту. Це істотно впливає на дохід компанії, збільшує зайнятість і знижує соціальну напруженість. Тому в рамках економічної ситуації в нашій країні саме малі та середні форми організації бізнесу є елементами економічного розвитку і антикризовими інструментами, що підтримують вітчизняну економіку.

Зростання інтересу малих і середніх підприємств до підвищення результативності своєї діяльності посилює необхідність підвищення конкурентоспроможності, що вимагає обов'язкового вдосконалення роботи всіх служб і підрозділів господарюючого суб'єкта. Варто підкреслити, що конкурентоспроможність є одним з ключових факторів забезпечення безпеки об'єктів, тобто його виживання в умовах економіки, і подальшого ефективного розвитку. Конкурентоспроможність малих і середніх підприємств можна пояснити потенціалом, який закладений в даному бізнесі, і можна охарактеризувати гнучкістю, мобільністю, оперативністю прийняття і виконання управлінських рішень.

Суть конкурентної переваги в основному проявляється через наступні характеристики: набір цінностей, характеристик, ресурсів, властивостей, якими володіє компанія, що забезпечують їй перевагу перед конкурентами; ефективніше управління процесами формування та розвитку кількісних і якісних властивостей товару, що мають цінність для покупця, ніж у конкурентів; здатність підприємства ефективно розподіляти ресурси, досягаючи більш стабільного і надійного становища на ринку, ніж у конкурентів.

Відповідно до форм виникнення, є зовнішні конкурентні переваги (відображають ринкову перевагу певного підприємства в задоволенні потреб споживача) та внутрішні (виходячи з функціональних напрямків підприємства) [8].

Конкурентні переваги можуть виникати через: сприятливі умови виробництва, кваліфіковану робочу силу, створення нової продукції або інші інновації, значне зниження собівартості продукції, її висока якість, унікальність та оптимальний асортимент, що відповідає потребам споживачів, адекватне цінове регулювання [5].

Щоб конкурентні переваги малих та середніх підприємств мали цінність, вони повинні: бути значними з точки зору конкурентних умов в галузі і вимог ринку; вигідно виділяти компанію серед конкурентів; забезпечувати довготермінове положення на ринку; задовольняти особливі потреби певного сегмента або цільової групи; мати інноваційну орієнтацію; бути гнучкими, адаптуватися до змін ринкового середовища; стабільними в динамічному ринковому середовищі і недоступними для конкурентів; формуватися на стратегічному рівні з урахуванням взаємодії і координації у всіх функціональних сферах діяльності підприємства; повинні бути зрозумілі споживачам.

Щоб зберегти або, навпаки, змінити конкурентні переваги малого та середнього бізнесу за рахунок зміни конкурентного середовища і переваг споживачів, необхідно постійно відстежувати дії конкурентів і стежити за зміною смаків споживачів.

Типові джерела новацій малих підприємств, які можуть вплинути на розподіл конкурентних сил:

1. Використання нових технологій. Покращення технологій дозволяє створити можливості для розробки продуктів, нових способів маркетингу, виробництва або доставки, а також поліпшення супутніх послуг. Зміна керівництва найбільш імовірна в тих областях, де різка зміна технологій призводить до старіння знань і ресурсів колишніх лідерів.

2. Поява нових чи зміна наявних потреби споживачів. Якщо у споживачів з'являються нові потреби або їх бачення «ідеального» товару починає різко змінюватись, це призводить до появи чи переходу конкурентних переваг. Ймовірно, що конкуренти у сфері малого та середнього бізнесу не помітять цього або не зможуть відреагувати належним чином, бо потребують створення нового ланцюжка вартості.

3. Коливання вартості чи доступності необхідних ресурсів. Можливі зміни абсолютної і відносної ціни компонентів виробництва прямо впливають на конкурентні переваги. Гнучке керівництво досягає цієї переваги за рахунок адаптації до нових умов, поки конкуренти пов'язані інвестиціями і тактикою, адаптованою до старих умов.

4. Завоювання нових сегментів ринку. Можливість здобути конкурентну перевагу з'являється, під час формування повністю нового сегменту галузі або при зміні існуючих сегментів. Отже, з'являється шанс вийти на нову групу покупців і знайти новий, більш ефективний спосіб виробництва певних видів продукції.

5. Зміни в законодавстві стосовно підприємницької діяльності. Поширеним стимулом у сфері малого та середнього бізнесу також виступають зміни державної політики стосовно стандартів, вимог для нових галузей промисловості і торгових. Лідери ринку пристосувались до певних «правил гри», і коли ці правила раптово починають змінюватись, вони не зможуть відреагувати на ці зміни вчасно [6].

Розглянемо схему створення стійких конкурентних переваг бізнесу на ринку, що запропонувала І.О. Кузнецова (рис. 1) [8].



Рисунок 1 – Модель створення стійких конкурентних переваг

Представлена на рис.1 модель відображає, що стійкі конкурентні переваги створюються при взаємодії та використанні зовнішніх можливостей та внутрішніх унікальних властивостей підприємства. Після виявлення і оцінки основних конкуруючих підприємств компанії малого та середнього бізнесу повинні розробити конкурентні стратегії, які допоможуть їй створити і підтримувати конкурентну перевагу, пропонуючи товари з більш високою споживчою цінністю. На підприємстві необхідно сформувати «стратегічний набір», що відображає специфіку функціонування та розвитку суб'єкта [6]. Систему конкурентних стратегій відображено на рисунку 2.



Рисунок 2 – Система конкурентних стратегій підприємства

Проведене дослідження засвідчило чітку необхідність формування підприємствами сфери малого та середнього бізнесу стратегій конкурентних переваг у довгостроковій перспективі. У той же час, динамічність конкурентних переваг вимагає постійного моніторингу тенденцій їх зміни та систематичної розробки комплексних заходів з підвищення конкурентоспроможності малих підприємств у глобальному ринковому середовищі.

Список використаних джерел

1. Courtney H., Kirkland J., Viguerie P. Strategy under uncertainty//Harvard Business Review. 1997.
2. Delgado M., Porter M., Stern S. Convergence, clusters, and economic performance//Working paper. 2008. URL: http://astro.temple.edu/~mdelgado/index_files/DPS_Cluster.pdf
3. Обруч Г. В. Проблеми і перспективи розвитку малого та середнього підприємництва в Україні [Текст] / Г. В. Обруч, Б. Л. Іванюта, К. В. Журавльов // Вісник економіки транспорту і промисловості –2018. - №61. - С. 53-62
4. Портер М. Конкурентное преимущество [Текст]: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Е. Портер ; пер. с англ. Е. Калинина. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005 (ОАО Можайский полигр. комб.). – 715 с.

5. Качмарик Я. Д. Економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства: моногр. / Я.Д.Качмарик, П.О.Куцук, Р.Л.Лупак, І.Я.Качмарик. — Львів: Літературна агенція «Піраміда», 2012. — 208 с.
6. Іванов Ю.Б. Стратегія формування конкурентних переваг підприємства в умовах інтенсивної конкурентної боротьби / Ю.Б. Іванов, О.Ю. Іванова // Проблеми економіки. Х. : Видавничий Дім «ІНЖЕК», 2012.-№ 4.- С. 121-128.
7. Кривенко М. Стратегія формування конкурентних переваг підприємства / М.Кривенко // Вісник Київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка : Економіка, — К., 2008. -№ 99-100.-С. 44-48.
8. Кузнецова І.О. Формування стійких конкурентних переваг: концептуальна модель / І.О. Кузнецова <http://iber.onu.edu.ua/opacunicode/index.php?url-notices/indexЛdNotice:385030/Source:default>.

УДК 37.091.113:[004:005.336.5]

ЛИТВИНЕНКО І. С.

*Аспірантка кафедри менеджменту та інновацій
Науковий керівник – к.е.н., доц. Дорошкевич Д.В.
Міжнародний університет фінансів*

ЗАСТОСУВАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ФОРМУВАННІ РОБОЧОГО МІСЦЯ

Основним майданчиком для розвитку цифрової економіки є віртуальна мережа безмежного Інтернету. В епоху ринкової економіки і за часів Сміта мало сенс розраховувати точку беззбитковості і оптимальні розміри фірм і компаній, для цифрової економіки – це не важливо: компанія може бути дуже маленькою і при цьому успішно розвиватися. Власник може бути одночасно і керівником, і виконавцем всіх етапів роботи компанії. Головною “цінністю” в цифрову економіку є клієнт – який стає головним в процесі економічної діяльності, тому що без нього немає сенсу в ній самій. Клієнт вибирає товар покладаючись на поради, особистий досвід і рекламу, продавець не має можливості особисто контактувати з покупцем. При цьому реклама все так же має свою вагу, тільки це вже інтернет-реклама, інтернет-мода, інтернет- друзі, інтернет-захоплення і т.д.[3, 4]

Цифровізацію варто розглядати як інструмент, а не як самоціль. При системному державному підході “цифрові” технології будуть стимулювати розвиток відкритого інформаційного суспільства як одного з істотних факторів підвищення продуктивності, економічного зростання, створення робочих місць, а також покращення якості життя громадян України.[6]

Впровадження цифрової економіки в Україні на початковому етапі має відбуватися одночасно за трьома наступними напрямками:

- технологічним, де всі рішення техніко-технологічного характеру, повинні бути стандартизовані, тобто бути безпечним та сертифікованими;
- інституційно-економічним або регламентно-економічним, який передбачає організацію нових моделей управління та бізнес моделей з використанням розумних речей, промислового Інтернет-речей, блокчейн технології, її інституційного забезпечення, відповідати нормативно-правовій базі соціально-економічних відносин суспільства;
- виробничим, що включає в себе конкретні бізнес додатки, які відповідають вимогам моделей управління другого напрямку, який базується на технічному забезпеченні та інфраструктурі першого напрямку [1, 2].

У зв'язку із стрімким впровадженням цифрових технологій формування цифрових навичок громадян набуває ключового значення. Цифровізація та кросплатформність на сьогодні є головними трендами на загальному ринку праці. Уміння використовувати цифрові технології в роботі поступово стає необхідним для більшості спеціалізацій та професій, тобто наскрізним або кросплатформним. Завдяки використанню онлайн- тощо технологій громадяни можуть більш ефективно набувати знань, умінь та навичок у багатьох інших сферах (наприклад, вивчати мови, предмети, опановувати професії тощо).

Одним з важливих завдань є оновлення державного класифікатора професій, тобто розроблення та затвердження переліку цифрових професій на основі вимог ринку праці,

цифрових трендів тощо, з подальшою розробкою відповідної програми їх запровадження у профільних навчальних закладах.

Цифрові навички та компетенції — запорука повноцінного розвитку цифрової економіки, бо її творять громадяни. Цифрова грамотність повинна бути однією з ключових компетенцій. Більшість громадян України вже користується перевагами цифрових технологій. Наступним кроком є забезпечення того, щоб завдяки цим перевагам українці ставали економічно успішними [5].

На рисунку 1.1 показано вимоги "цифрового" робочого місця для ефективного підвищення роботи працівників та створення для них більш сприятливих умов праці.

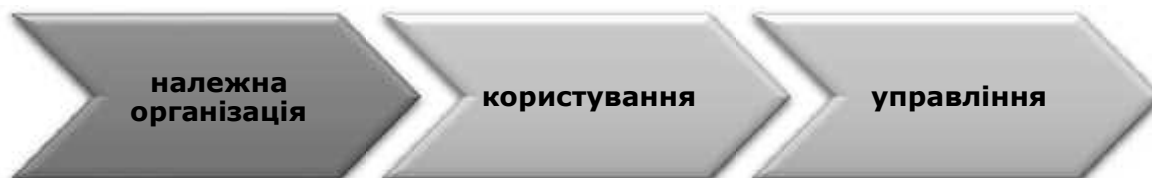


Рисунок 1.1 - Вимоги "цифрового" робочого місця

Складено автором на основі [5]

Інший наслідок діджиталізації - поява робочих місць, які не прив'язані до сталого робочого місця. Вони стають "цифровими", віртуальними, мобільними, тобто такими, що не потребують постійного перебування працівника на робочому місці. Концепція "цифрових робочих місць" поширюється надзвичайно швидко у бізнес-середовищі та позитивно сприймається переважною більшістю працівників, яким подобаються гнучкі способи роботи, можливість працювати вдома, на відпочинку, тобто з будь-якого місця.

Сприяє	• гнучкості в методах виконання посадових обов'язків державними службовцями
Стимулює	• їх спільну роботу та взаємодію
Підтримує	• децентралізовані та мобільні робочі середовища
Передбачає	• вибір технологій для роботи

Рисунок 1.2 - "Цифрове" робоче місце

Складено автором на основі [5]

Серед переваг "цифрових" робочих місць - зменшення витрат на апаратне забезпечення, офісні приміщення, відрядження тощо.



Рисунок 1.3 - Упровадження концепції "цифрових робочих місць"

Складено автором на основі [5]

"Цифрове" робоче місце — це віртуальний еквівалент фізичного робочого місця, котрий вимагає належної організації, користування та управління, оскільки воно має стати запорукою підвищеної ефективності працівників та створення для них більш сприятливих умов праці [5].

Кількість робочих місць в Україні, що потребують від працівників принаймні базового розуміння інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій, стрімко збільшується, а вміння користуватися технологіями стає основною вимогою до персоналу.

Створення та виконання національної програми навчання загальним та професійним цифровим компетенціям та знанням є пріоритетним завданням на шляху до прискореного розвитку цифрової економіки [5].

Створення сприятливих умов та пошук відповідних моделей державно-приватного партнерства із операторами неформальної освіти, підтримка їх регіонального масштабування

тощо, буде сприяти зростанню приватних інвестицій у цю сферу, появі нових операторів та за короткі терміни суттєво розширить можливості громадян у містах та особливо регіонах отримати відповідні цифрові навички, професії тощо.

Список використаних джерел

1. Burkaltseva, D. D., Kosten, D. G. and Vorobyov, Yu. N. (2017), "Algorithm for the implementation of the program of "digital economy", Zbirka dopovidei na Mizhnarodnii naukovopraktychnii konferentsii [Conference Proceedings of the International Economic Conference], Innovatsionnye klasteri v tsifrovoy ekonomike: teoriya i praktika [Innovative clusters in digital economy: theory and practice], Polytechnic University, St. Petersburg, Russian, pp. 141–147.

2. Краус Н.М., Голобородько О.П., Краус К.М.. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку / Краус Н.М., Голобородько О.П., Краус К.М. // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2018. – №1.[Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.economy.nayka.com.ua.

3. Криворучко О. С. Імперативи формування та доміанти розвитку цифрової економіки у сучасному парадигмальному контексті / О. С. Криворучко, Н. М. Краус // Парадигмальні зрушення в економічній теорії XIX ст.: зб. наук. пр. за матеріалами III Міжнар. наук.-практ. конф., 2–3 лист. 2017 р. – Київ : КНУ ім. Т. Шевченка, 2017. – С. 681–685.

4. Норец Н. К. Цифровая экономика : состояние и перспективы развития / Н. К. Норец, А. А. Станкевич // Инновационные кластеры в цифровой экономике: теория и практика : труды научно-практической конференции с международным участием 17–22 мая 2017 года / под ред. д-ра экон. наук, проф. А. В. Бабкина. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – 592 с. <http://inecprom.spbstu.ru/files/inprom-2017/inprom-2017.pdf>. – С. 173–179.

5. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації : Розпорядження КМУ від 17 січня 2018 р. № 67-р. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>.

6. Цифрова адженда України – 2020 ("Цифровий порядок денний" – 2020). Концептуальні засади (версія 1.0). Першочергові сфери, ініціативи, проекти "цифровізації" України до 2020 року. [Електронний ресурс] / HITECH office. – грудень 2016. – 90 с. – Режим доступу: <https://uccci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>.

УДК 658.114

МАТВІЄНКО Д. Р.

Студент кафедри менеджменту та інновацій
Науковий керівник – к.е.н., доцент Кам'янська О. В.
Міжнародний університет фінансів

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЇ

З розвитком промисловості як такої, фірми та компанії росли, з'являлися акціонерні товариства та інші корпоративні утворення. З відси виникала проблема у коректній їх роботі, як суцільного механізму, що в результаті призвело до утворення такого поняття як «Корпоративне управління (КУ)». Свої перші засади КУ сформувалися ще на початку XIX століття, хоча свій активний шлях почався лише у середині XIX століття. А остаточне формування бази, на якій ґрунтуються сучасні теорії та засади КУ, відбулося лиш у 1931 році із подальшим вдосконаленням [1].

Прийнято вважати, що основною сутністю КУ являється узгодження роботи акціонерів, ради директорів, менеджерів та інших зацікавлених сторін. Проблема в тому, що кожен зацікавлений у своєму. Акціонер зацікавлений в тому, аби отримати свої дивіденди, а менеджер – отримати премію. Правильно побудоване КУ балансує інтереси між зацікавленими сторонами та сприяє росту ефективності компанії, що в свою чергу вигідне всім сторонам.

В Україні база КУ почала формуватися на початку 90-х років минулого століття, після розпаду СРСР. Становлення КУ відбувалося протягом 1991-2004 років та умовно ділилося на три етапи[2]:

- перший (1988 -1992 р.) – почався підприємницький рух, який супроводжувався введенням законів ринкових відносин;
- другий (1993-1997 рр.) – початок акціонування державних підприємств;

• третій (1994-2004 рр.) – створення правової бази із питання управління державними корпоративними правами та інститути спільного інвестування.

Розвиток ринку потребує від бізнесу постійного розвитку інновацій в сфері корпоративного управління. Українська корпоративна економіка зазнала значного пригнічення минулим тоталітарним режимом, із-за чого в Україні поширений інсайдерський тип корпорацій.

Ефективною методикою покращення КУ в Україні є розвиток етикету бізнесу, який можна розділити на два рівні: Суспільний та Макрорівень. Перший формується на загальнолюдських цінностях, таких як робочі місця, покращення рівня життя працівників, клієнтів, акціонерів; рівні права у конкуренції, взаємна повага; довіра до бізнесу; виключення протизаконних дій. Одним із факторів місцеве населення та участь компаній у цивільному житті. Макрорівень орієнтований у свою чергу на масштаби однієї компанії. Іде розвиток довіри між персоналом та адміністрацією, менеджерами та акціонерами, клієнтом та постачальником [3].

В Україні Корпоративне управління регулюється законом «Про акціонерні товариства», від 2008 року, який регулює їх діяльність, створення та припинення акціонерного товариства, їх особливості [4]. Із часом інформація застаріває і вводять поправки. Так у 2015 році, при доповненні закону «Про акціонерні товариства» була внесена поправка, яка змушувала ПАТ виводити не менше 10% своїх акцій на фондову біржу. Що у свою чергу, враховуючи український менталітет та ..., призвело до того, що багато компаній перевели себе на ПрАТ. Наступного року був прийнятий закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо підвищення рівня корпоративного управління в акціонерних товариствах», який вніс зміни в закон «Про акціонерні товариства». Закон вдосконалив процедури купівлі-продажу акцій в ПАТ і ПрАТ, вводив поняття домінуючих пакетів акцій, і змушував акціонера, який володів контрольним пакетом акцій у 95%, купити залишок акцій за справедливою ціною, якщо того бажає другий [5].

У 2020 Верховною радою був прийнятий законопроект №2493 від 25 листопада 2019 року. Він вносить зміни в закон «Про акціонерні товариства» № 514-VI від 17 вересня 2008 року. Даний закон вніс багаточисленні зміни в регулювання діяльності та управління товариством, але найбільша зміна полягала в тому, що структура керування акціонерним товариством могла бути одно- або двохрівневою. В однорівневу входять загальні збори акціонерів та ради директорів, де в останній входять виконавчі та невиконавчі директора. В ньому структура керування об'єднує функції контролю та керування радою директорів. В дворівневу структуру входять зібрання акціонерів, наглядова рада та виконавчий орган. Дана структура зберігає старий зразок керування. Також даний закон роз'яснює про корпоративного секретаря; дозволяє акціонерам приймати участь у засіданнях через спеціалізовані електронні програми; перевірка фінансової діяльності буде здійснюватися незалежними суб'єктами аудиторської діяльності, за умови, якщо ті не встановлені уставом. Ще одним із нововведень є можливість заключити договір за іноземним правом та стороною договору може саме акціонерне товариство чи третя сторона [6].

Одним із гарних представників є Приватне акціонерне товариство Фармак. Компанія один із лідерів фармацевтики в Україні, який нарощує обсяги виробництва. Зараз його ринок охоплює понад 20 країн Європейського Союзу та країн СНД. ПрАТ Фармак здобував нагороди в номінації «Найкраща публічна практика корпоративного управління» і має свій корпоративний кодекс [7], який регулює взаємозв'язки в компанії.

Корпоративне управління є незамінною складовою компаній будь якої прогресуючої держави, адже сама країна зацікавлена у податках, які платить та чи інша компанії. Покращення КУ в компанії приводить до налагодження зв'язку між працівниками та керуючим персоналом, що в кінцевому результаті призведе до зростання ціни компанії.

Список використаних джерел

1. Акчуріна О. А. (2013). Тенденції розвитку сутності поняття «корпоративне управління». Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності, 1 (2), 53-56;
2. Іоргачова Т. Г. (2011). Кодекси корпоративного управління – напрямок розвитку корпоративних відносин Україні. Вісник соціально-економічних досліджень, 41(2), 193-201;
3. Кицик Т. Г., Коваленко І. М. (2014). Інноваційні напрями розвитку корпоративної культури на вітчизняних підприємствах. Соціально-трудові відносини: теорія та практика, 1, 171-177;

4. Про акціонерні товариства: Закон України від 17 вересня 2008 р. № 514-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/514-17#Text>;

5. Велика О. Ю. (2018). Особливості сучасного корпоративного управління в Україні [Електронний ресурс]. Глобальні та національні проблеми економіки. Електронне наукове фахове видання, 22, 282-286, URL: <http://global-national.in.ua/archive/22-2018/56.pdf>;

6. Кильчинська Ю. (2020). Законопроект № 2493: корпоративное управление в акционерных обществах по новым правилам [Електронний ресурс]. Юридична практика, URL: <https://pravo.ua/zakonoprojekt-2493-korporativnoe-upravlenie-v-akcionernyh-obshhestvah-po-novym-pravilam>.

7. Кодекс корпоративного управління акціонерного товариства «Фармак» від 4 липня 2019 року. [Електронний ресурс], URL: <https://farmak.ua/wp-content/uploads/2021/01/kodeks-korporativno-upravlinnya-at-farmak.pdf>.

УДК 658:0048.1

ОЛЕЩЕНКО Л. Л.

*Студент кафедри менеджменту та інновацій
Науковий керівник- д.е.н., проф. Дорошкевич Д.В.
Міжнародний університет фінансів*

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасне виробництво має в собі містити чисельні структурні ланки. Кожна ланка на підприємстві повинна виступати у вигляді комбінацій підприємств. Перемішуючи особисті інтереси всі підприємства виступають первинною ланкою господарства України, в них відбувається процес розробки матеріальних благ, а вже потім формуються і знаходяться економічні відносини, загальнолюдські та групові інтереси. Для покращеного функціонування даних структур потрібно розробляти оптимальну систему управління.

Персонал організації - найскладніший об'єкт управління. На відміну від матеріальних активів, люди здатні самостійно приймати рішення і оцінювати вимоги до них. Крім того, персонал - це колектив, кожен член якого має свої інтереси і вельми чутливий до управлінських впливів, причому реакцію на них нерідко складно передбачити [1]. Саме від кваліфікації і компетенції співробітників залежить безпека і конкурентоспроможність [2].

Ефективно організоване підприємство яке враховує стратегічний напрямок розвитку, буде активним та стійким в сучасному середовищі, яке конкурує та буде з суттєво підвищеним рівнем функціонування відносно інших. Також таке підприємство буде стресостійким та гнучким і все це завдяки правильному підходу та управлінню підприємством. Успіх функціонування організації залежить від вибору варіантів побудови системи управління персоналом компанії, вивчення способу її функціонування, вибору найбільш підходящих механізмів і прийомів взаємодії з людьми [3].

В більшості підприємств існує складна ситуація з системою управління персоналом. На підприємствах існує лінійна організаційна структура, головними недоліками якої є: те, що кожен відділ зацікавлений в досягненні своєї вузької мети, а не спільних цілей фірми, оскільки фахівці, працюючи в одному відділі, замикаються у сфері своїх взаємних інтересів; відсутній тісний зв'язок і взаємодія на горизонтальному рівні між відділами; існує акумуляція на верхньому рівні повноважень за рішенням завдань разом із стратегічною безліччю оперативних питань. Також є проблеми з кадрами. Працівники підприємств часто не знаходять спільної мови зі своїм керівництвом. Керівництво не вміє правильно управляти підприємством. Існує неможливість розділити кадрову політику і управління персоналом, оскільки кадрова робота охоплює розрахунок заробітної плати, кадровий облік, прийняття на роботу, звільнення з роботи, кадрові переміщення. Не розвивається мотиваційна система. Своєчасне комплектування кадрами усіх ключових підрозділів підприємства стає неможливим без чіткого планування, розробки і реалізації кадрової політики. Цього можна уникнути завдяки грамотному підході та своєчасному виявленні.

Виконуючи свої завдання ефективно і точно, управління персоналом може досягти своєї мети: встановити, підтримати або розширити задоволеність працівників. Високий рівень задоволеності працівників та функціонуюча система управління персоналом створюють вирішальні переваги для компанії. Якщо працівники задоволені, вони працюють

продуктивніше і креативніше, рідше хворіють і мають вищий рівень лояльності до свого роботодавця.

Ключовою метою управління персоналом є підтримка та можливість надання сучасних, точних даних про персонал. Це забезпечує оптимальне внутрішнє спілкування всередині компанії. Крім того, ефективна адміністративна робота є необхідною умовою безперебійної внутрішньої співпраці. Загалом, завданням адміністратора персоналу є організація та спрощення всіх процесів, що стосуються працівників компанії.

Завдання адміністративного управління персоналом можна розділити на дві категорії: завдання з оперативних, чи юридичних причин, або завдання щодо кадрової політики та планування стратегічних рішень. Останнє включає статистичні дані управління, порівняння результатів роботи, або оцінку опитувань працівників. Завданнями, які виникають з оперативних причин, або які базуються на юридичних питаннях, можуть бути обробка систем відстеження робочого часу, соціального забезпечення, заробітної плати, статистики, тощо.

Самообслуговування працівників - ще один спосіб зменшити навантаження на управління персоналом. Використовуючи певні інструменти, працівники можуть самостійно виконувати окремі адміністративні завдання. Наприклад, вони можуть переглядати та змінювати свої персональні дані самі, що також допомагає запобігти помилкам введення. Інші можливі послуги самообслуговування ,співробітників ,включають незалежну обробку запитів на відпустку ,або самовільний запис часу. Однак аутсорсинг цих процесів приносить переваги не лише з точки зору адміністрування персоналу, а й для працівників. Вони отримують краще розуміння процесів компанії: наприклад, ви можете переглянути поточний стан обробки запиту на відпустку.

Цифрова картотека персоналу. Цифровий файл персоналу управляє даними про персонал співробітників, як і паперовий файл. Цифрова картотека персоналу має вирішальні переваги перед класичною картотекою. Наприклад, центральне управління даними звільняє персонал від управління персоналом від декількох завдань, оскільки цифровий файл може одночасно оброблятися кількома користувачами. Уповноважені особи можуть отримати доступ до цифрової картотеки персоналу в будь-який час. За допомогою системи автентифікації доступ може бути наданий лише вибраним користувачам. Також можливий обмежений доступ, завдяки чому один користувач може переглядати лише певні дані.

Оцифровка в управлінні персоналом. Протягом курсу оцифрування багато завдань з управління персоналом можна спростити. Крім того, виробники програмного забезпечення все частіше беруть до уваги правила захисту даних, роблячи свою продукцію ще більш привабливою. Наприклад, функція в цих програмах дозволяє автоматично видаляти дані через певний час. Зараз цифрові рішення доступні майже для будь-якої сфери управління персоналом.

Розробка та якісне поліпшення системи управління людськими ресурсами можливо лише на основі впровадження в управлінську діяльність сучасних принципів менеджменту якості [4]. Підприємство повинне мати чітку мету і продуману стратегію свого розвитку. Залежно від вибраних цілей виробляється стратегія - програма дій, що визначає розвиток підприємства, і відповідна модель управління.

Список використаних джерел

1. Ассесмент-центр: современный метод оценки персонала. Комсомольская правда: веб. сайт. URL: <https://www.kp.ru/guide/assessment-tsentr.html> (дата звернення 30.03.2021).

2. 7 трендов в сфере подбора персонала: от ассесмент-центра до ATS-систем. Комсомольская правда: веб. сайт. URL: <https://www.kp.ru/guide/podbor-personala.html> (дата звернення 30.03.2021).

3. Методы управления персоналом: эффективные рычаги влияния на сотрудников. Генеральный директор: эл. журнал. URL: <https://www.gd.ru/articles/3520-metody-upravleniya-personalom> (дата звернення 19.04.2019).

4. Илюхина Л.А., Мокшина И.А. Роль современных принципов менеджмента качества в совершенствовании системы управление персоналом. *Прорывные информационные исследования*. Москва. 2016. С. 121-128.

СУТНІСТЬ ТА ЗАВДАННЯ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Підприємництво нерозривно пов'язано із ризиками, властивими всім без виключення сферам діяльності компанії, - виробничій, маркетинговій, фінансовій тощо. Ця аксіома навіть отримала законодавче закріплення в Господарському Кодексі України, в статті 42 якого підприємництво характеризується як: «самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку» [1]. Також, жорстка конкуренція на ринках сучасної економіки передбачає необхідність чіткого визначення перспектив та напрямів розвитку підприємницької діяльності з урахуванням імовірності виникнення ризиків об'єктивного і суб'єктивного характерів.

Ризик об'єктивно притаманний господарській діяльності, і щоб досягти успіху і перемогти в конкурентній боротьбі, керівництву підприємства важливо розробити ефективну і раціональну систему управління ризиками. Тобто, збереження завойованого лідерства або міцних ринкових позицій може виявитися в перспективі недостатнім: жоден товаровиробник, не може бути застрахований від спонтанного виникнення критичних для нього подій, до настання яких його менеджмент повинен вміти адекватно підготуватися.

Вчені припускають, що поняття «ризик» походить від грецьких слів *ridsikon*, *ridsa* – «круча», «скеля». Не виключена можливість його походження з інших мов, так, в італійській *risiko* означає «небезпека», «загроза»; *risicare* – «лавирувати між скель», у французькій *risque* – «загроза», «ризикувати» (буквально – «об'їжджати кручу, скелю») [2, с.15].

Загалом, ризик – це об'єктивно-суб'єктивна категорія, яка відображає різносторонні сприйняття суб'єктами економічних відносин можливості та ймовірності настання певної ситуації, яка може виникнути в будь-коли і в будь-якій діяльності в процесі здійснення дій або прийняття рішень та яка може призвести до непередбачених негативних наслідків (втрат прибутку, недоотримання доходів), позитивних наслідків (вигод) або ж до нульового результату.

Професорами Б. Мільнер та Ф. Лисом була запропонована класифікація ризиків які всю сукупність ризиком поділяють на дві головні групи за сферою виникнення – зовнішні та внутрішні ризики.

Зовнішні ризики впливають з боку зовнішнього (навколишнього) середовища компанії. Це – політичні, законодавчі, природні, регіональні, галузеві, макроекономічні (інфляційні, валютні, процентні, структурні) ризики. Підприємство не може здійснювати вплив на них, а може лише передбачити та враховувати їх у своїй діяльності [3, с.59-62].

Внутрішні ризики формуються в процесі управління підприємством. До них відносяться виробничі (технологічні, кваліфікаційні, ризик поставки, транспортні), інвестиційні (діловий ризик, ризик зниження прибутковості, селективний ризик, тимчасовий ризик), комерційні (торгові, втрата конкурентоспроможності, цінова дискримінація, ризик розрахунків) ризики. Вони виникають, як правило, в результаті неефективного управління, помилкової маркетингової політики, а іноді підсумку внутрішньо фірмових зловживань. Суттєвими серед внутрішніх ризиків є кадрові ризики, пов'язані із професійним рівнем і рисами характеру працівників фірми.

Управління ризиками на підприємстві це специфічна сфера менеджменту, яка виділилася в особливу сферу діяльності - «ризик-менеджмент» [4, с.9]. Ризик-менеджмент характеризується сукупністю методів, прийомів і заходів, що дозволяють певною мірою передбачати настання ризиків і своєчасно приймати рішення по впливу на них. Ризик-менеджмент – це комплекс заходів, спрямований на мінімізацію можливих збитків, які може понести бізнес у зв'язку з настанням негативних подій [5, с.15]. Ризик-менеджмент – це свого роду «рання діагностика» проблем до виникнення «управлінської хвороби»

Об'єктом управління є ризик, як виникаючий фактор при здійсненні фінансово-господарських відносин, пов'язаних з можливим настанням несприятливих подій.

Суб'єктами управління виступає спеціальна група людей, яка за допомогою різних прийомів і способів управлінського впливу здійснює цілеспрямоване функціонування об'єкта управління.

До функції суб'єкта управління в ризик-менеджменті відносяться:

- прогнозування являє собою розробку на перспективу змін фінансового стану об'єкта в цілому і його різних частин;
- організація являє собою об'єднання людей, які спільно реалізують програму ризикового вкладення капіталу на основі певних правил і процедур у ризик - менеджменті,
- регулювання це вплив на об'єкт управління, за допомогою якого досягається стан стійкості цього об'єкта в разі виникнення відхилення від заданих параметрів,
- координація це узгодженість роботи всіх ланок системи управління ризиком, апарату управління і фахівців,
- стимулювання це спонукання фінансових менеджерів і інших фахівців до зацікавленості в результаті своєї праці

- контроль являє собою перевірку організації роботи по зниженню ступеня ризику.

Основними завданнями з управління ризиками є наступні:

- збір, обробка та зберігання інформації про внутрішньо та зовнішнє середовище;
- формування сукупності факторів ризику для підприємства;
- визначення ступеня небезпеки виявлених факторів ризику;
- розробка стратегії та тактики управління ризиками;
- розробка програми ризикових рішень, організація її виконання та контроль і аналіз результатів;
- ведення відповідної оперативної звітності по ризиковим рішенням. [6. с. 38-41.]

Отже ризик- багатогранна категорія. Ризик прийняття рішення – це імовірність невідповідності реально отриманих результатів реалізованого рішення поставленим цілям. Можна вибрати рішення, з мінімальним вмістом ризику, але при цьому меншим буде і прибуток, а при максимальному ризик можливе максимальне отримання прибутку, проте можливо і навпаки. По суті, невизначеність і ризик є джерелами розвитку підприємницької діяльності. Політика управління фінансовими ризиками являє собою частину загальної стратегії підприємства, що полягає в розробці системи заходів по нейтралізації можливих негативних наслідків та ризиків пов'язаних із здійсненням різноманітних аспектів фінансово-господарської діяльності.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України: прийнятий 16 січня 2003 р. - К.: Істина, 2003. - 208 ст.
2. Герчикова И. Н. Менеджмент : [учебник]. – 3-е изд., перераб. и доп. / И.Н. Герчикова. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 501 с.
3. Предпринимательское (хозяйственное) право: Учебник в 2т. Т. 1 / Отв. ред. О.М. Олейник. - М.: Юристъ, 1999. – 727 с.
4. Дорошенко М.Н., Банковский менеджмент. Хеджирование финансовых рисков: учебное пособие. - К.: ВШЭДА «АЖИО», 2002. - 87 с.
5. Бешелев С. Д., Гурвич Ф. Г. Математико-статистические методы экспертных оценок. - М.: Финансы и статистика, 1997. - 160 с.
6. Дорошенко М.Н., Банковский менеджмент. Хеджирование финансовых рисков: учебное пособие. - К.: ВШЭДА «АЖИО», 2002. - 87 с.
7. Тарасова Т.О., Чарчата А.О. , Обліково-аналітичне забезпечення ризик-менеджменту в умовах сталого розвитку підприємства. :ІФНТУНГ, 2019. 153 с.
8. Кузнєцова Н.В. Фінансовий ризик –менеджмент з урахуванням інформаційних ризиків -2018. 39 с.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ПОШТОВОГО ЗВ'ЯЗКУ

Одним з найважливіших елементів розвитку сучасної економіки є інноваційний розвиток підприємства, як в Україні так і на міжнародному ринку. З кожним роком з'являється все більше інноваційних технологій, які тісно вплітаються в економічний та інші сектори будь-якої країни. З появою інноваційних рішень перед підприємствам постає питання, як саме застосовувати ці технології в своїй діяльності та які саме інноваційні рішення можуть стати незамінним елементом стратегії управління розвитком підприємства. Тому аналіз стратегій управління інноваційним розвитком підприємств є актуальним як наукової, так і з практичної точки зору для розвитку бізнесу.

Існує декілька типів розвитку підприємства, серед яких виділяють: екстенсивний тип, інтенсивний та інноваційний тип розвитку. Серед трьох зазначених типів інноваційний є одним з найактуальніших в сучасному світі, в епоху розвитку технологій та інноваційних рішень. Поняття інновації все частіше використовується в діяльності підприємств або в суспільному житті. Тому на нашу думку, в сучасних реаліях є надзвичайно важливим розуміти, що собою представляють інновації, які вони мають особливості, та найголовніше, яким чином інноваційні рішення краще застосовувати в розробці стратегії управління інноваційним розвитком підприємства.

Загалом, серед основних характеристик інновацій можна виділити наступні:

- інновації є позитивною зміною будь-якого процесу або об'єкту;
- вважаються важливим елементом реалізації цілей суб'єкта;
- предметом інновацій можуть бути технології, процес управління або ж виробу.

В процесі дослідження особливостей управління інноваційним розвитком підприємства поштового зв'язку, нами були виділені наступні особливості:

інноваційна система доставки, а саме можливість відстежити рух посилки в реальному часі, з моменту доставки посилки в поштове відділення до пункту призначення;

автоматизація діяльності підприємства, що означає наявність мобільного додатку, за допомогою якого користувач має можливість самостійно реєструвати посилку, відстежувати її рух, а також сплачувати за доставку в режимі online;

особливості інтернет-торгівлі, а саме співпраця підприємства з міжнародними брендами та доставка товарів з-за кордону;

автоматизовані поштові відділення: сотні поштових відділень по всій Україні, а також розміщення в різних куточках міста інноваційних відділень-поштоматів, за допомогою яких клієнт може отримати посилку без необхідності відвідувати відділення.

Таким чином, нами було визначені сутність та основні характеристики інновацій та досліджено стратегії управління інноваційним розвитком підприємства на прикладі підприємства поштового зв'язку. Перспективними напрямками досліджень вважаємо дослідження методів оцінювання інноваційних ініціатив на ефективність ведення бізнесу.

Список використаних джерел

1. Микитюк П. П., Крисько Ж. Л., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Скочилас С. М.: Навч. посіб. Тернопіль: Принтер Інформ, 2015. 224 с.
2. Стадник В.В., Йохна М.А. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства: Підручник. Хмельницький: ХНУ, 2011. 332 с.
3. Князева О.А. Інноваційний розвиток підприємств поштового зв'язку: теорія, методологія, практика: автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.00.04 / О.А. Князева ; Ін-т пробл. ринку та екон.-еколог. дослідж. НАН України. — О., 2009. — 36 с. — укр.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Управління кредитоспроможністю підприємства достатньо важливий напрям його управлінської діяльності. Ефективне здійснення цього процесу дозволяє суб'єкту господарювання швидко вирішувати завдання в умовах конкуренції та бути спроможним своєчасно та в необхідному обсязі отримати позикові кошти й виконати позикові зобов'язання. Високий рівень кредитоспроможності сприяє максимізації прибутку та зростанню рентабельності діяльності за рахунок залучення кредитних ресурсів. Усе це підвищує вартість самого підприємства, забезпечуючи цим його привабливість для інвесторів.

У сучасній економічній літературі та нормативно-правових актах існують різні підходи до визначення сутності поняття "кредитоспроможність". Загалом їх можна поділити на два напрями: кредитоспроможність як спроможність у повному обсязі та вчасно розрахуватися за своїми борговими зобов'язаннями [1; 3; 4; 6] та кредитоспроможність як фінансовий стан підприємства, що надає можливість отримати кредит й своєчасно його повернути [2; 5].

У сучасній зарубіжній банківській практиці, як правило, кредитоспроможність представлено терміном «кредитний ризик», який інтерпретується як виявлений, прихований або потенційний ризик щодо надходжень і капіталу, який виникає через неспроможність сторони, що взяла на себе зобов'язання, виконувати умови будь-якої фінансової угоди із контрагентом або в інший спосіб виконати взяті на себе зобов'язання. Проте, з точки зору сутнісних характеристик, кредитний ризик і кредитоспроможність не є тотожними поняттями, оскільки кредитоспроможність - це дослідження, яке базується на оцінці й прогнозі потенціалу підприємства, а кредитний ризик — на поточному аналізі імовірності настання певного ряду наслідків [7].

Основою оцінки кредитоспроможності позичальника визначено фінансовий стан підприємства, на який впливають внутрішні та зовнішні фактори. Взагалі, то зовнішнім проявом нормального фінансового стану підприємства є належний рівень його кредитоспроможності.

Внутрішніми факторами впливу на кредитоспроможність підприємства визначено: складі структура оборотних та необоротних активів, грошові кошти та їх еквіваленти, суми короткострокових зобов'язань, дебіторська заборгованість, бюджетне планування, рівень організації виробництва, маркетингова політика підприємства, корпоративна дисципліна тощо. До зовнішніх факторів впливу відносять: стан соціально-економічного розвитку країни, грошово-кредитна та податкова політика держави, кон'юнктура фінансового ринку, розрахунково-платіжна дисципліна контрагентів, ефективність комунікації з контрагентами політична ситуація в державі тощо.

Управління кредитоспроможністю підприємства тісно пов'язане з процесами управління платоспроможністю та ліквідністю. Для банку-кредитора важливо, щоб підприємство було не лише платоспроможним та ліквідним, а й кредитоспроможним [8].

Процес управління кредитоспроможністю підприємств ґрунтується на якісній оцінці, яка передбачає комплексне визначення кількісних і якісних параметрів його фінансового стану, яке проводиться кредитором з метою аналізу та прогнозування ймовірних ризиків і визначення можливості надання кредиту, його розміру та умов [9].

Передумовою оцінки кредитоспроможності позичальника є бажання підприємства залучити фінансові ресурси за привабливими умовами. Банки ж, оцінюючи кредитоспроможність позичальника, прагнуть мінімізувати свої кредитні ризики. Національний банк України надає право банкам самостійно визначати основні та додаткові критерії оцінки фінансового стану позичальника, які підвищують вимоги до показників з метою адекватної оцінки кредитних ризиків і належного контролю за ними. Проте банки не публікують своїх методик аналізу кредитоспроможності позичальника для унеможливлення їх аналізу [10; 11].

Більшість основних вітчизняних та світових методик оцінювання кредитоспроможності позичальника (підприємства) базується на трьох етапах: 1) аналіз системи показників фінансової діагностики; 2) оцінка можливостей повернення та кредитної поведінки позичальника; 3) формування висновків щодо доцільності та умов надання кредиту.

На етапі аналізу системи показників фінансової діагностики проводиться оцінювання кількісних та якісних показників. Проведення аналізу кількісних показників передбачає використання прогностичних моделей банкрутства (МДА, CART) та бально-рейтингових моделей (рейтингові, кредитний скоринг, система показників, аналіз грошових потоків). Під час оцінювання якісних показників застосовуються моделі комплексного аналізу (CAMPARI, PARTS, PFRSER, MEMO RISK, система 4FC, правило «5C», правило «6C»).

На етапі дослідження можливостей повернення та кредитної поведінки позичальника проводиться перевірка відносин з банками в попередні періоди, перевіряється компетенція керівництва, визначається рівень впливу макроекономічних факторів, перевіряється наявність та період існування заборгованості, проводиться оцінка культури ділової репутації позичальника. На завершальному етапі формуються висновки з приводу доцільності надання кредиту та окреслюються основні умови процесу кредитування.

У вітчизняному банківському законодавстві у Постанові НБУ № 351 у Положенні про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями регулятор представляє методику оцінювання кредитоспроможності позичальника, яка базується на визначенні коефіцієнту ймовірності дефолту боржника - юридичної особи [6].

Повертаючись до дослідження процесу управління кредитоспроможністю підприємства варто зазначити його основну мету - забезпечення певного рівня кредитоспроможності, за якого підприємство було б спроможне виконати свої зобов'язання щодо погашення основної суми боргу та відсотків за ним у поточному та перспективному періодах [8]. Функціонування механізму управління кредитоспроможністю підприємства передбачає підтримку та досягнення встановленого рівня кредитоспроможності за рахунок своєчасного реагування на зміну внутрішніх та зовнішніх умов діяльності суб'єкта господарювання. На рисунку 1 представлено структуру управління кредитоспроможністю підприємства [12].



Рисунок 1. Структура управління кредитоспроможністю підприємства

Наразі важливим питанням залишається підтримка кредитоспроможності вітчизняних підприємств з боку держави чи банків. В Україні створений фонд підтримки підприємництва, програми підтримки підприємств стратегічних галузей, існує ряд програм кредитування для бізнесу у банках. Але підтримка з боку держави є не результативною, позитивні результати відсутні через високий рівень тінізації економіки та монополізацію ринку. Варто скористатись зарубіжним досвідом і створити спеціальні системи підтримки бізнесу, які б склалися із спеціалізованих органів виконавчої влади.

Процес управління кредитоспроможністю підприємств в Україні ускладнений низкою чинників внутрішнього і зовнішнього характеру. До основних із них відносимо: місце знаходження підприємства позичальника на непідконтрольних Україні територіях або на територіях, що зазнали руйнувань під час проведення АТО/ООС; належність підприємства-боржника до галузей, які постраждали від втрати ринку РФ; втрати від спаду внутрішнього попиту під час фінансової кризи; відсутність операційної діяльності при отриманні кредиту; наявність операційної діяльності, але неприйнятне боргове навантаження при отриманні кредиту; завищене боргове навантаження для боржників при отриманні кредиту; завищений відсоток кредитування, невигідні кредитні умови порівняно з закордонними кредитними умовами для бізнесу [12].

Для нейтралізації наслідків від проявів вказаних чинників підприємство повинно сформувати ефективний механізм забезпечення його кредитоспроможності. На практиці такий

механізм передбачає пошук внутрішніх джерел для збільшення прибутковості й досягнення беззбиткової роботи за допомогою збільшення виробничої потужності, підвищення якості продуктів та послуг, а також за рахунок посилення конкурентоспроможності підприємства на ринку, раціонального використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, скорочення непродуктивних витрат та зниження собівартості товарів та послуг.

Отже, ефективне управління кредитоспроможністю підприємства передбачає здійснення системного аналізу ендогенного та екзогенного середовища, використання сучасних підходів до вибору методик його оцінки та механізмів управління. Виокремлено основні принципи, на яких повинна ґрунтуватися методика його оцінки. Перший принцип - забезпечення максимальної достовірності оцінки, яка базується на системному аналізі всіх необхідних інформаційних даних. Другий принцип - визначення широкого кола показників, які всебічно характеризують кредитоспроможність підприємства, ураховуючи специфіку діяльності підприємства, та середовища, у якому воно функціонує, здійснення коефіцієнтного аналізу на підставі цих даних. Третій принцип - застосування диференційованого підходу до оцінювання кредитоспроможності підприємства та обов'язкове врахування специфіки виробництва, форми забезпечення поточного й прогнозованого оцінювання кредитоспроможності підприємства. Четвертий принцип - використання сучасних наукових методів, моделей оцінювання, залучення незалежних експертів, застосування сучасних інноваційних підходів до здійснення оцінки та оптимізації процесів управління кредитоспроможністю підприємства.

Список використаних джерел

1. Лагутін, В.Д. (2002). Кредитування: теорія і практика: навч. посіб., 3-тє вид., перероб. і доп. К.: Знання, 215 с.
2. Лахтіонова Л.А. (2013). Аналіз фінансової стійкості суб'єктів підприємницької діяльності: монографія, К.: Знання, 1091 с.
3. Олійник О.О. (2007). Оцінка кредитоспроможності позичальника при довгостроковому банківському кредитуванні. *Економіка. Фінанси. Право*, №8. С. 10-23.
4. Поездник А.И. (2008). Анализ и внутрибанковский контроль кредитоспособности заемщика: автореферат диссертации на соискание ученой степени канд. экон. наук: 08.00.12, М., 223 с.
5. Нечипоренко А.В. (2014). Планування в системі управління підприємством. *Соціально-економічні реформи в контексті глобалізації та євроінтеграції*. С. 45-48.
6. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://www.bank.gov.ua/>
7. Давидович І.Д. (2016). Удосконалення теоретичних підходів до визначення сутності "кредитоспроможність підприємства". *Вісник Одеського національного університету*. Серія: Економіка., Т. 21, Вип. 11., С. 83-88.
8. Вдовенко Л.О. (2012). Економічна сутність та значення кредитоспроможності підприємств. *Облік і фінанси*. №1. С. 108-110.
9. Шовкун І. (2014). Кредитоспроможність підприємств у контексті формування фінансових джерел відтворення переробної промисловості у регіонах України. *Вісник Національного банку України*. № 2. С. 54-61.
10. Кужелєв М.О. (2015). Формування механізму управління кредитоспроможністю підприємства в умовах інноваційного розвитку економіки України. *Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право)*., Вип. 2 (69), С. 57-62.
11. Донець О.Б. (2017). Кредитування малого і середнього бізнесу: дис. канд. ек. наук: 08.00.08, Ірпінь, 259 с.
12. Кужелєв М.О. (2019). Теоретичні аспекти управління кредитоспроможністю підприємства. *Економіка та держава*. Вип. 12., С. 57-62.

ОЦІНКА ПРОБЛЕМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Вплив глобалізації на економіку всіх країн має багатоаспектний характер. Вона торкається виробництва товарів і послуг, використання робочої сили, інвестицій в «фізичний» і людський капітал, технології і їх переплив з одних країн в інші. Все це впливає на ефективність виробництва, продуктивність праці та конкурентоспроможність.

Процес глобалізації розгортається суперечливо за характером впливу як на національні економіки, так і на весь хід сучасного світового господарського розвитку. З одного боку, глобалізація небачено розширює можливості окремих країн щодо використання та оптимальної комбінації різноманітних ресурсів, їх більш глибокої і всебічної участі у системі міжнародного поділу праці, з іншого – глобальні процеси значно загострюють конкурентну боротьбу, спричиняють маніпулювання величезними фінансовими та інвестиційними ресурсами, які становлять реальну загрозу для країн з низькими і середніми прибутками, бо саме вони відчують гостру нестачу людського капіталу, інституцій, господарської інфраструктури, економічно вмотивованих рішень щодо реалізації наявних можливостей.

Можемо виокремити такі переваги глобалізації:

- нові можливості більш ефективного розміщення світових ресурсів;
- вільний доступ до світових ресурсів;
- загальне зростання світового виробництва і доходу;
- стимулювання експортних операцій через розширення ринків збуту;
- стабілізація інвестиційних процесів, що зумовить оздоровлення «проблемних» галузей економік країн, що розвиваються.

Однак глобалізація спричиняє також ряд потенційних проблем, а саме:

1. Постає питання, хто виграє від глобалізації. Несправедливий розподіл благ від глобалізації породжує загрозу конфліктів на регіональному, національному та інтернаціональному рівнях. Зокрема варто очікувати появи серйозних соціальних проблем, що пов'язані із втратою роботи, необхідністю пошуку нового робочого місця, перекваліфікацією.

2. Глибока взаємозалежність національних економік на світовому рівні, що може призвести до регіональної або глобальної нестабільності. Локальні економічні коливання можуть мати регіональні або навіть глобальні наслідки. Подібні явища свідчать про велику вразливість взаємозалежних економік.

3. Підвищується попит на кваліфіковані кадри в ряді країн, галузей, підприємств. Негативним наслідком цього може бути те, що робітники з більш низькою кваліфікацією залишаються незатребуваними, їхні прибутки падають.

4. Деіндустріалізація економіки, оскільки глобальна відкритість асоціюється із зниженням зайнятості в обробних галузях.

5. Свобода переміщення робочої сили. Негативні наслідки її вже давно визначалися як потенційна небезпека, а сьогодні в багатьох країнах вона стала реальністю. Тому майже всі держави ввели ті чи інші форми контролю над вільним переміщенням робочої сили.

Одним із найзручніших і найефективніших інструментів визначення конкурентоздатності держави є аналіз її позицій у глобальних рейтингах конкурентоспроможності. Це дає змогу оцінити поточний стан відносин країни з іншими, виокремити сильні та слабкі боки її економіки, а також знайти шляхи посилення конкурентних переваг. Нині Україна значиться у двох рейтингах глобальної конкурентоспроможності: за показником економічної конкурентоспроможності – в індексі глобальної конкурентоспроможності (IGC), що розраховується за методикою Всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum), та в рейтингу конкурентоспроможності країн світу (WCY) за версією Міжнародного інституту управлінського розвитку в Швейцарії (IMD).

Для визначення конкурентоспроможності країн світу використовують індекс глобальної конкурентоспроможності. Індекс глобальної конкурентоспроможності складається з більш ніж 100 змінних, що згруповані у 12 контрольних показників («Інституції», «Інфраструктура», «Макроекономічне середовище», «Охорона здоров'я та початкова освіта», «Вища освіта і професійна підготовка», «Ефективність ринку товарів», «Ефективність ринку праці»,

«Розвиток фінансового ринку», «Технологічна готовність», «Розмір ринку», «Відповідність бізнесу сучасним вимогам» та «Інноваційний потенціал») за 3 основними групами субіндексів: «Основні вимоги», «Підсилювачі продуктивності» та «Інновації та фактори вдосконалення».

Таблиця 1. Рейтинги країн за індексом глобальної конкурентоспроможності GCI 2013-2018рр, місце серед країн світу

Рік Країна	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
Швейцарія	1	1	1	1	1
США	5	3	3	3	8
Німеччина	4	5	4	4	5
Польща	42	43	41	41	39
Україна	84	76	79	85	81
Всього країн	148	144	140	138	137

У Таблиці 1 наведений рейтинг глобальної конкурентоспроможності України, деяких пострадянських країн та світових лідерів за 2013-2018 роки. Україна в 2019 році втратила дві позиції в Індексі глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index, GCI) Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) й опустилася на 85-те місце з 141 країни. Відносно високі позиції Україна утримує за рахунок охорони здоров'я та початкової освіти (6,0 за результатами 2016–2018 рр.), вищої освіти та професійної підготовки (5,1), розміру внутрішнього ринку (4,5).

Згідно з проведенням аналізом соціально-економічної системи за показником Індексу глобальної конкурентоспроможності у 2019 р. Україна залишилася на рівні 2018 р. (57 балів), але за окремими показниками є позитивні тенденції. За показником «Інститути» українська економіка впродовж 2017–2019 рр. демонструє тенденцію до зростання (+1,6 бали та 104-е місце), що свідчить про сталий інституційний розвиток країни. Також наявна тенденція до поліпшення за показниками розвитку інфраструктури (+0,2 бали та 57-е місце); впровадження інформаційно-комунікаційних технологій (+0,9 бали та 78-е місце); макроекономічної стабільності (+2 бали та 133-є місце) та показником «знання і навички» (+1 бал та 44-е місце). Стан товарних ринків у звітному періоді мав позитивну тенденцію (+1,2 бали та 57-е місце). Це пояснюється підвищенням внутрішньої конкуренції та конкуренції на ринку послуг (+4,9 бали та 64-е місце), диспозитивним впливом податків та субсидій на конкуренцію (+3,4 бали та 104-е місце), збільшення частки ринку (+3,6 бали та 89-е місце), нетарифними бар'єрами (+4,1 бали та 91-е місце). Також тенденцію до зростання має ринок праці (+1,9 бали та 59-е місце) і вітчизняний ринок (+0,3 бали та 47-е місце).

Окремі автори надають значення міжнародним рейтингам та індексам у межах оцінювання рівня ефективності трансформаційних процесів у державі та справедливо зазначають, що вони є цілком інформативними та релевантними, оскільки відображають напрям тренду державних перетворень

Нестабільність в політичній та економічній системах України та необхідність перегляду системи регулювання економічних процесів на всіх рівнях в поєднанні з сучасними проблемами формування світового устрою за умов глобальної економічної кризи зумовлюють необхідність вивчення, теоретичного обґрунтування та побудови нових систем забезпечення конкурентоспроможності та економічної безпеки країни. Конкурентоспроможність країни виявляється у здатності досягти високих темпів економічного зростання, забезпечити постійне збільшення реальної заробітної плати, просувати на світовий ринок конкурентоспроможні фірми та передбачає наявність сильної конкурентоспроможної економіки, представленої високопродуктивними кластерами, котрі поліпшують якість товарів і послуг, забезпечують створення нових робочих місць у майбутньому.

Із наведеного можна зробити висновок, що саме конкуренція є потужним стимулом розвитку економіки будь-якої країни. Доведено часом, що оцінка країн за різними показниками конкурентоспроможності та визначення їх рейтингу є одним з інструментів формування державної політики та визначення подальших дій уряду щодо підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Через рейтинг оцінюється здатність держави до створення конкурентного середовища та сприятливих умов для ведення бізнесу.

Підвищення конкурентоспроможності національної економіки України для участі у глобальному процесі без наукомісткої продукції підприємств на світовому ринку неможливе. Темпи розвитку науково-технічного прогресу держави у свою чергу, залежить від державної

політики в сфері науки та освіти. Загалом конкурентні переваги можна здобути шляхом отримання пільг, дотацій із державного бюджету, заниженого курсу національної валюти, прямого чи прихованого субсидування галузей, отримання тінювих прибутків, ефективної експлуатації вичерпних природних та екологічних ресурсів тощо. Україна та з небагатьох держав, що має усі можливості за певний час стати державою з високим показником конкурентоспроможності національної економіки та брати активну участь у процесі глобалізації.

Список використаних джерел

1. Чепінога В. Г. Основи економічної теорії : [Електронний ресурс]: Навч. посібник // В. Г. Чепінога – К.: Видавництво Ліра-К, 2018. – С. 236 [Режим доступу]: <http://lira-k.com.ua/book/osnovi%20ekon%20teor.pdf>
2. Індекс глобальної конкурентоспроможності. : [Електронний ресурс]: Звіту «The Global Competitiveness Report 2017–2018» [Режим доступу]: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2017-2018-5>.
3. Зовнішня торгівля [Електронний ресурс]: Національний банк України [Режим доступу]: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=65613
4. Побережець О.В. Теоретико-методологічні та практичні засади дослідження системи управління результатами діяльності промислового підприємства : монографія. / О. В. Побережець. – Херсон : Видавництво : Грінь Д.С., 2016. – 348 с.
5. Масленніков Є.І. Методологічні та практичні засади дослідження системи управління фінансовою стійкістю промислового підприємства : моногр. / Є.І. Масленніков. – Одеса : Прес-кур'єр, 2015. – 316 с.
6. Maslennikov E.I. Strategic assessment of the financial sustainability of the industrial enterprise : [Електронний ресурс] / E.I. Maslennikov // Економіка: реалії часу. – 2019. – № 6 (16). – С. 111-115. – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2019/No6/111-115.pdf>.
7. Побережець О.В. Ідентифікація та класифікація нематеріальних активів та проблеми їх визначення: [Електронний ресурс] / О.В. Побережець, К.В. Іванова // Економіка: реалії часу. – 2015. – № 2 (3). – С. 98-104. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/No2/98-104.pdf>.

УДК 658:0048.1

ТАТАРИН Н. Б.

к.е.н., доц., доцент кафедри фінансового менеджменту

КРАВЕЦЬ М. Б.

Студент

Львівський національний університет імені Івана Франка

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

З точки зору існування незалежної суверенної держави для України вихід на шлях економічного зростання після багаторічної кризи є не просто бажаним, а необхідним. На цьому шляху Україна має подолати величезні труднощі, пов'язані із стратегічними помилками, що мали місце в ході проведення економічних реформ.

Основним завданням для кожної країни є забезпечення конкурентоспроможності своєї економіки шляхом підвищення продуктивності і створення конкурентних переваг для національного виробництва. Результатом цього процесу мають стати підвищення рівня життя населення і висхідна траєкторія економічного зростання [1, с. 69].

Надзвичайно важливим для утримання певних сегментів ринку та загалом ефективного функціонування промислових підприємств є питання визначення конкурентоспроможності та системи чинників її забезпечення. Завдання підвищення конкурентоспроможності підприємств завжди були в полі зору як європейських, так і українських вчених, однак багато питань теоретичного, а також практичного характеру на сьогодні залишаються не вирішеними.

Одним з основних чинників, що впливає на конкурентоспроможність, прибутковість та досягнення відповідного рівня в галузі управління підприємством є повнота використання можливостей даного підприємства, його потенціалу. Потенціал підприємства — це не тільки

наявні для використання ресурси та можливості підприємства, це й здатність підприємства ефективно їх використовувати. Неповне та невміле застосування ресурсів підприємства може привести його до нульових прибутків та до банкрутства. Тому вірне використання та оцінка складу потенціалу підприємства є досить важливим для подальшого його ефективного функціонування. Для ефективного функціонування економіки в сучасних умовах необхідно розвивати конкуренцію: підвищувати конкурентоспроможність вітчизняного виробництва. Конкуренція є об'єктивним економічним законом товарного виробництва, який виражає внутрішні необхідні, стійкі та істотні зв'язки між відокремленими товаровиробниками в їх боротьбі за найбільшу результативність виробництва [1, с. 69].

Сьогодні процес глобалізації для України є неминучим. Україна вступила до Світової організації торгівлі (СОТ), де діють закони виживання найсильнішого та найбільш конкурентного виробника. У цих умовах, на жаль, програють вітчизняні виробники, адже іноземні підприємства, що все більше виходять на український ринок, є технологічно сильнішими та конкурентоспроможнішими [2].

За таких умов необхідне визначення обґрунтованих шляхів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств з метою їх інноваційного розвитку, що дасть їм змогу вдосконалитися та стати більш інвестиційно привабливими і, як наслідок, конкурувати з іноземними фірмами [3].

Однією з головних причин сучасної економічної кризи та низької конкурентоспроможності українських товарів та наданих послуг є нездатність вітчизняних підприємств боротися за розширення своєї частки на внутрішньому і зовнішньому ринках, просувати свої товари та формувати свого споживача, поставивши його інтереси у центр всієї виробничої та комерційної діяльності [4].

Таким чином, можна зробити наступний висновок про те, що реальні передумови підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств будуть більш ефективними внаслідок залучення до вигідних умов співпраці з іноземними партнерами всесвітньовідомих товаровиробників особливо при глобалізації економічних процесів у світовій економіці.

Для того, щоб успішно діяти в умовах ринкової економіки, підприємство повинно оперативно формувати раціональні варіанти відповідей на всі зміни, які щоденно, виникають у процесі його ділової активності [4].

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно обрати свою стратегію діяльності: поглибленого проникнення, розширення використання, розширення ринку. Вибір тієї чи іншої стратегії необхідно поєднувати з комплексом заходів, які дозволять стати підприємству конкурентоспроможним [5].

Важливими фактором підвищення конкурентоспроможності українських підприємств на сучасному етапі є: розширення асортименту випускаємої продукції; стимулювання продажів за рахунок проведення різноманітних акцій; створення іміджу підприємства "справедливих" цін за рахунок відповідності ціни і якості; наявність конкурентоспроможних вітчизняних постачальників виконання основних вимог збутової логістики; поліпшення кадрового потенціалу та управлінської структури.

Отже, можна сказати, що конкурентоспроможність підприємств має велике значення для динаміки розвитку України в умовах глобалізаційних процесів. Лише дія у комплексі може вивести українську продукцію на високий рівень конкурентоздатності. Українські підприємства мають потенціал та можливість до підвищення ролі конкурентоспроможності їхньої продукції, а тим самим і до займання провідних і домінуючих позицій на українському ринку.

Список використаних джерел

1. Сергеева О. Р. Конкурентоспроможність українських підприємств в сучасних умовах глобалізації /Сергеева О.Р. // [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.economy.in.ua/pdf/8_2014/17.pdf.
2. Амоша О.І. Перспективи формування транскордонних єврорегіональних інноваційних систем і нанотехнологічних кластерів / О.І. Амоша, В.І. Ляшенко // Соц.-екон. пробл. сучас. періоду України. — 2008. — Вип. 3. — С. 159—176.
3. Бубенко П.Т. Інноваційний розвиток регіонів: монографія / П.Т. Бубенко, О.Б. Снісаренко. — Х.: Видво "Форт", 2009. — 160 с.
4. Геець В. Кластери і мережеві структури в економіці — тема досить цікава, але на сьогодні ще до кінця не вивчена / Економіст. — 2008. — № 10. — С. 10—11.
5. Мартиняк І. О. Формування кластерної політики як механізму вдосконалення інфраструктури функціонування малого і середнього інноваційного бізнесу в регіоні / І. О. Мартиняк // Регіональна економіка. — 2008. — № 4. — С. 54—62.

УДК: 658:0048.1

ТУРБЕЙ О.М.*Кандидат економічних наук, доцент***КУЦА М.П.***Студентка кафедри торгівлі та маркетингу**Київський національний торговельно-економічний університет*

БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЇ НА РИНКУ

Сучасні умови економічної нестабільності вимагають ефективних інструментів ведення бізнесу і формування конкурентних позицій і переваг підприємства на ринку. Саме тому, на даному етапі, вкрай важливо налагодити ефективну архітектуру бізнесу, яка б злагоджено працювала у всіх напрямках діяльності компанії. Такий результат може бути досягнуто за рахунок побудови бізнес-моделі, що відповідності зовнішнім і внутрішнім можливостям компанії, її стратегічним цілям та збалансованості між собою основних компонентів моделі.

Концепція бізнес-моделі є досить ранньою, проте вже за короткий час стала популярною як серед дослідників, що займаються питаннями управління та менеджменту, так і серед практиків, що працюють у компаніях різних сфер. У зв'язку з тим, що поняття «бізнес-модель» з'явилося нещодавно, в економічній науці ще не склалося єдиного твердження про нього. Однак на нашу думку найбільш точне та повне визначення бізнес-моделі звучить наступним чином: це система створення бізнесу, як інженерної науки, через проектування і управління бізнес-процесами.

Оскільки бізнес-модель не може існувати окремо від підприємства, немає сенсу розглядати її як самостійну систему. Тому, доцільно розкрити питання забезпечення конкурентоспроможності компанії за допомогою використання ефективної бізнес-моделі на прикладі українського ринку роздрібного продажу меблів та товарів для дому. Об'єктом такого дослідження виступає відома шведська компанія ІКЕА, яка вже понад 73 роки працює на ринку, та має свої магазини у 56 країнах світу. Нещодавно компанія ІКЕА вийшла на український ринок, на якому вже присутні такі крупні гравці, як Епіцентр та Леруа Марлен [1].

З метою кращого усвідомлення особливостей ринкового середовища українського ритейлу меблів та товарів для дому, було проаналізовано бізнес-модель кожного з наведених гравців.

Найбільшою за обсягами діяльності є компанія є ТОВ Епіцентр-К, частка вітчизняного ринку якої складає 10-14% [2]. Лідуюча позиція компанії обумовлена її безперервним зростанням та активним масштабуванням бізнесу. Як правило, в невеликих містах компанія будує невеликі ТЦ, площею близько 5000 кв. м. В межах таких невеликих об'єктах немає можливості розмістити повноцінний формат shop-in-shop, однак можливо запропонувати покупцеві оптимальний асортимент товарів. Тому одна із стратегій розвитку в таких регіонах – це відкриття окремих точок під брендом «Центр меблів». Також активно зростає частка онлайн-продажів. Ринок електронної комерції і раніше був одним із тих, що найбільш стрімко розвивається, однак в умовах карантину його темпи зростання значно збільшились [1].

З метою кращого розуміння структури та логіки ведення бізнесу ТОВ Епіцентр-К, було побудовано його бізнес-модель за підходом А. Остервальдера [3]. (табл. 1).

Таблиця 1

Інтерпретація бізнес-моделі ТОВ Епіцентр-К

Сегмент моделі	Характеристика
Споживачі	Домогосподарства з середнім рівнем доходу, підприємці будівельної галузі
Ціннісна пропозиція	<ul style="list-style-type: none"> • Великий вибір різних товарів • Лояльна ціна • Система лояльності
Канали збуту	Роздрібний продаж в онлайн та офлайн-магазинах
Відношення з клієнтами	Мало чим відрізняється від інших ритейлерів. Супровід здійснення покупки але не більше.
Потоки доходів	Найбільші потоки виручки від продажу меблів та будівельних матеріалів

Ключові ресурси	<ul style="list-style-type: none"> • Товар • Велика кількість магазинів з великою площею • Крупні склади • Відома торгова марка
Ключові види діяльності	Роздрібний продаж онлайн та офлайн
Ключові партнери	<ul style="list-style-type: none"> • Оптові торговці • Орендодавці • Виробники
Структура витрат	<ul style="list-style-type: none"> • Витрати на придбання товару • Витрати на оренду • Витрати на рекламу

Отже, перевагами Епіцентру виступає ціна, великий вибір товару та можливості придбати все необхідне в одному місці. Тобто це крупна компанія, яка виграє на масштабі та має ресурси для подальшого розширення.

На відміну від Епіцентру, в якому можна придбати практично все: від продуктів харчування до дерев та саджанців, французький ритейлер Леруа Мерлен спеціалізується виключно на продажу меблів та ремонті. Дана мережа не так широко представлена в Україні та займає 9,3% ринку [4]. Відвідати фізичний магазин французького конкурента можна лише в Києві та області, що значно звужує коло потенційних споживачів. Однак як і будь-який інший магазин, Леруа Мерлен здійснює продажі онлайн. Наразі компанія знаходиться в перехідному періоді, оскільки бізнес-модель не може і не повинна бути сталою, вона змінюється та коригується в залежності від зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Леруа Мерлен поступово змінює формат своєї діяльності: в багатьох європейських країнах вже відкриті магазини в новій концепції під назвою Leroy Merlin Urban. Вона має виправдати очікування покупців з великих міст, які, крім придбання товарів для ремонту і облаштування будинків, очікують, перш за все комплексних дизайнерських послуг, професійних консультацій, а також натхнення, пов'язаного з реалізацією інтер'єрного рішення [5].

Нажаль, компаніє ще не впровадила нову концепцію «стріт-ритейлу» на українському ринку, тому доцільніше буде представляти бізнес-модель за підходом А. Остервальдера, не враховуючи даний фактор (табл. 2).

Таблиця 2

Інтерпретація бізнес-моделі ТОВ Леруа Мерлен Україна

Сегмент моделі	Характеристика
Споживачі	Домогосподарства з середнім рівнем доходу
Ціннісна пропозиція	<ul style="list-style-type: none"> • Великий вибір меблів та матеріалів • Ціна середня по ринку
Канали збуту	Роздрібний продаж в онлайн та офлайн-магазинах
Відношення з клієнтами	Мало чим відрізняється від інших ритейлерів. Супровід здійснення покупки але не більше
Потоки доходів	Продаж меблів та будівельних матеріалів
Ключові ресурси	<ul style="list-style-type: none"> • Товар • Відома торгова марка
Ключові види діяльності	<ul style="list-style-type: none"> • Роздрібний продаж в онлайн та офлайн-магазинах
Ключові партнери	<ul style="list-style-type: none"> • Оптові торговці • Орендодавці • Виробники
Структура витрат	<ul style="list-style-type: none"> • Витрати на придбання товару • Витрати на оренду

Щодо IKEA, то ця компанія ще не встигла наростити свою частку на українському ринку. Через брак складів та наявність лише одного фізичного магазину, ритейлер не може представити велику кількість товарів для покупки офлайн. Основною відмінністю IKEA є те, що вона сама проектує та виробляє меблі та товари для дому. Тобто її товари є унікальними, на відміну від ти, що представлені в українських конкурентів. Разом з тим, компанія продає меблів в розібраному стані, тобто покупець, виконуючи інструкції, повинен сам зібрати свою покупку. Завдяки такому процесу, клієнт прив'язується до речі, оскільки він вклав її власноруч. Бізнес-модель за підходом А. Остервальдера наведено в Таблиці 3.

Таблиця 3

Інтерпретація бізнес-моделі ТОВ «Ікеа Рітейл Україна»

Сегмент моделі	Характеристика
Споживчий сегмент:	<ul style="list-style-type: none"> • Домогосподарства з низьким рівнем доходу • Студенти
Ціннісна пропозиція	<ul style="list-style-type: none"> • Низька ціна • Продаж меблів, які потрібно збирати самому • Ресторан • Зона для дітей • Система лояльності
Канали збуту	Продаж в роздріб в онлайн та офлайн-магазинах
Відношення з клієнтами	Відмінною рисою ІКЕА є наявність ресторанчику в магазині та зони для дітей, що робить шопінг максимально комфортним
Потоки доходів	Більше всього доходу приносить продаж меблів та будівельних матеріалів. Додатковий дохід приносить ресторанчик
Ключові ресурси	<ul style="list-style-type: none"> • Товар • Магазины • Склади • Відома торгова марка
Ключові види діяльності	Роздрібний продаж онлайн та офлайн Дизайн та виробництво меблів
Ключові партнери	<ul style="list-style-type: none"> • Виробники • Орендодавці • Постачальники сировини
Структура витрат	<ul style="list-style-type: none"> • Витрати на придбання сировини • Витрати на виробництво • Витрати на оренду • Витрати на рекламу

Порівнявши бізнес-моделі трьох основних гравців українського ринку роздрібною продажу меблів та товарів для дому, можна зробити висновок про те, що бізнес-модель ІКЕА значною мірою відрізняється від конкурентів, при тому що моделі найбільших українських гравців практично ідентичними. Тобто ці компанії, просто здійснюють продаж товарів, однак вони не пропонують споживачеві унікальну ціннісну пропозицію. Саме така унікальність дозволила ІКЕА стати всесвітньо відомою та дає їй всі шанси наздогнати українських гігантів на національному ринку.

Список використаних джерел

1. All IKEA stores - Inter IKEA Systems B.V. – 2019 - Доступний з: <<https://web.archive.org/web/20141006181001/http://franchisor.ikea.com/FranchisingtheIKEAway/Pages/All-IKEA-stores.aspx>>
2. Олександр Лук'яненко, Епіцентр: Наша мета – лідерство на ринку меблів з часткою 25-30% - Асоціація рітейлерів України – 2020 - Доступний з: <<https://rau.ua/personalii/oleksandr-lukyanchenko-epyttsentr>>
3. Остервальдер А., Піньє І. Створюємо бізнес-модель. Новаторські ідеї для всіх і кожного / А. Остервальдер, І. Піньє. – Наш формат, – 2017. – 288 с.
4. Мережа «Епіцентр К» посунула всіх на київському роздрібному ринку будматеріалів - Mind.ua – 2018 - Доступний з: <<https://mind.ua/news/20182617-merezha-epicentr-k-posunula-vsih-na-kiyivskomu-rozdribnomu-rinku-budmaterialiv>>
5. Leroy Merlin розвиває нову концепцію магазинів – Українська торгова гільдія – 2019 – Доступний з : <<https://www.utgcompany.com/ua/news/leroy-merlin-rozvyvaye-novu-kontseptsuyu-magazyniv/>>
6. IKEA Business Model – StudiosGuy – 2019 - Доступний з: <<https://studiousguy.com/ikea-business-model/>>

УДК 658.14/17

ЦВІЛЕНКО О. І.*Студент кафедри фінансів
Міжнародний університет фінансів***ЩЕРБИНА О. В.***к.е.н., доцент,
Міжнародний університет фінансів*

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПАТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД»

В умовах поглиблення внутрішньої та загострення зовнішньої конкурентної боротьби на ринку, вітчизняні підприємства досить часто через непродуману фінансову політику та переважно реакційне управління конкурентоспроможністю втрачають свої конкурентні позиції. Тобто, пристосовуючись до нових конкурентних умов, підприємства стикаються із суттєвими фінансовими труднощами в зв'язку з незбалансованим перерозподілом фінансових ресурсів і джерел їх утворення [1]. Звичайно, що в короткостроковій перспективі можна бути успішним на ринку навіть за незадовільних фінансово-економічних результатів господарювання. Але, беззаперечно, що це тимчасове та скоріше виняткове явище.

На нашу думку, існують прямі взаємозв'язки між фінансово-економічним станом та усіма компонентами конкурентоспроможності підприємств. Наявність фінансових ресурсів дозволяє формувати бюджети і реалізовувати заходи маркетингового характеру, спрямовані на покращення становища на ринку та завоювання нових покупців; накопичення чистого прибутку є передумовою фондів інвестування розвитку матеріально-технічної бази; хороший фінансовий стан – чинник стійкості, платоспроможності та, відповідно, фінансової конкурентоспроможності; ефективні підприємства, як правило, посідають провідні позиції щодо рівня оплати та мотивації праці, а це основа формування і реалізації інтелектуально-кадрового потенціалу; доходи є джерелом фінансування витрат, у тому числі інноваційної діяльності, відтак, їх збільшення покращує можливості підприємств до пошуку нових інноваційних рішень; при зміцненні фінансово-економічного стану зростає спроможність суб'єктів господарювання відносно фінансування соціальної діяльності тощо.

Фінансова конкурентоспроможність – це комплексна характеристика підприємства, яка відображає його фінансові можливості до самофінансування й розширеного відтворення, а також дає змогу в майбутньому отримувати високі фінансові результати, що забезпечать його розвиток, а також формуватимуть умови для адаптації суб'єкта господарювання на конкурентному ринку в динамічних умовах зовнішнього та внутрішнього середовищ [2, с. 99].

Для оцінки фінансової конкурентоспроможності було обрано ПАТ «Житомирський маслозавод», який випускає продукцію під торговою маркою «Рудь». Підприємство є лідером серед українських виробників морозива і впевнено займає перше місце за обсягом продажів готової продукції – частка виробника у 2017-му склала 27%. І це при тому, що компанія активно просуvalа свою продукцію на експорт, завершивши 2017-й з 52% приростом зовнішніх продажів [3]. Основними конкурентами підприємства є «Ласунка» (ТМ Ласунка), «Львівський холодокомбінат» (ТМ Лімо).

Порівняльний аналіз систем управління конкурентоспроможністю цих підприємств засвідчив, що всі вони застосовують ключову стратегію – стратегію якості. Всі три підприємства мають сертифікати якості та вступають до відповідних асоціацій з цього напрямку. Однак, ПАТ «Житомирський маслозавод» має ряд конкурентних переваг порівняно з іншими підприємствами, а саме: сертифікація екологічності виробництва, виробництво екопродукції, активна зовнішньоекономічна діяльність.

Проведений комплексний аналіз фінансового стану ПАТ «Житомирський маслозавод» засвідчив, що протягом 2015-2019 рр. працює прибутково, однак з кожним роком темпи зростання поточних витрат переважають темпи зростання доходів від різних видів діяльності, що в свою чергу призводить до зниження: рівня рентабельності; ефективності формування змінних витрат, безпосередньо пов'язаних з виготовленням продукції та загальновиробничим управлінням; ефективності операційних витрат, пов'язаних з формуванням виробничої собівартості, загальногосподарським управлінням і збутовою діяльністю та іншими операційними витратами.

Оцінка діючої практики управління оборотними активами ПАТ «Житомирський маслозавод» за 2015-2019 рр. засвідчила наявність значних проблем фінансового стану підприємства: зниження інтенсивності використання ресурсів на підприємстві; зростання обсягів реалізації відбувалося завдяки нарощенню обсягів активів, а не покращенню їх використання; нерівномірна і незбалансована зміна основних складових оборотних активів підприємства, порушення оптимальної структури оборотних активів, що підвищує ризик втрати платоспроможності, ліквідності і зниження ділової активності. В оборотних активах зменшилася частка статей, що мають вищу ліквідність та матеріальних активів, що автоматично погіршує можливості для нормальної виробничо-торгівельної діяльності підприємства. Очевидною є невідповідність темпів зростання дебіторської заборгованості і обсягів діяльності підприємства. Уповільнення оборотності оборотних активів і нераціональна структура капіталу підприємства створюють значні перешкоди економічному розвитку підприємства.

Агресивна політика фінансування активів ПАТ «Житомирський маслозавод», яка характеризується значною питомою вагою поточних активів у загальній сумі та мінімумом покриття власним капіталом, значно підвищує ризики втрати ліквідності, платоспроможності.

В цілому, зміна оборотних активів негативно вплинула на оборотність оборотних активів і на період їх обороту, що в основному викликане збільшенням загальної маси оборотних активів і, зокрема, нераціональною господарською стратегією в частині збуту готової продукції.

Аналіз фінансової конкурентоспроможності ПАТ «Житомирський маслозавод» в 2018 році на основі економіко-математичних методів (були застосовані методи різниць, сум, рангіві матричний) засвідчив, що підприємство має високий рівень фінансової конкурентоспроможності в порівнянні з двома конкурентами.

Проведена оцінка фінансової конкурентоспроможності ПАТ «Житомирський маслозавод» на основі SWOT-методу окреслила головні шляхи забезпечення фінансової конкурентоспроможності підприємства, що можливе при збільшенні обсягів діяльності, виходу на нові ринки збуту, оновленні матеріально-технічної бази, збільшенні розміру прибутку, та впровадженні системи маркетингових досліджень за рахунок наявності передових технологій, високої репутації господарюючого суб'єкта, високої кваліфікації персоналу, наявності бази постійних покупців та стійкого фінансового стану.

Результатом проведеного бенчмаркінгу ПАТ «Житомирський маслозавод» в порівнянні з підприємством-конкурентом, є розроблена програма підвищення фінансової конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта, що складається з наступних заходів: зниження у структурі активів частки дебіторської заборгованості, підвищення частки грошових коштів та їх еквівалентів; збільшення частки власного або залученого капіталу у структури пасивів, а також підвищення рівня прибутковості операційної діяльності, що дасть змогу збільшити рівень рентабельності.

З метою забезпечення конкурентних переваг як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, підприємству необхідно приділяти особливу увагу оптимізації бізнес-процесів, приведення їх у відповідність до стратегічних цілей, враховувати потреби внутрішніх та зовнішніх споживачів, здійснювати постійний моніторинг та аналіз факторів зовнішнього середовища.

Список використаних джерел

1. Халімон Т.М. Вплив фінансових чинників на підвищення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] // Облік і фінанси, № 2 (76). 2017. с. 128. URL: [file:///C:/Users/Olga/Downloads/Oif_apk_2017_2_19%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/Olga/Downloads/Oif_apk_2017_2_19%20(5).pdf).

2. Стащук О. Інтєральне оцінювання рівня фінансової конкурентоспроможності підприємства: теоретичний та практичний аспекти. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2016. № 3. С. 98-103.

3. П'ятірка найбільших виробників морозива [Електронний ресурс] // URL: <https://agrarna-pravda.com/2018/06/19/p-yatirka-najbilshyh-vyrobnykiv-morozyva/>. – Назва з екрана.

Секція 2

«Міжнародні інвестиції і стратегії українських підприємств в умовах альтерглобалізму»

УДК 339.727.22 (477)

Arlette Irakoze

*International Business student,
University of Economy in Bydgoszcz, Poland*

Scientific advisor:

Olha Ilyash,

*Dr. Hab., Professor
University of Economy in Bydgoszcz, Poland*

INCIPIENCE OF THE AFRICAN COUNTRIES AS THE FOREIGN INVESTMENT HUB FOR DEVELOPED ECONOMIES (CASE OF RWANDA)

The African countries are increasingly becoming the hub for foreign investment by developed economies like China and USA with several personal gains and strategic benefits. There has been a shift in the amount of investment inflow in Rwanda over the past two decades, however, there has been a constant increase since 2015, as shown in the figure 1 and in 2019 the FTI inflow was amounted to be 384.462 billion US dollars.

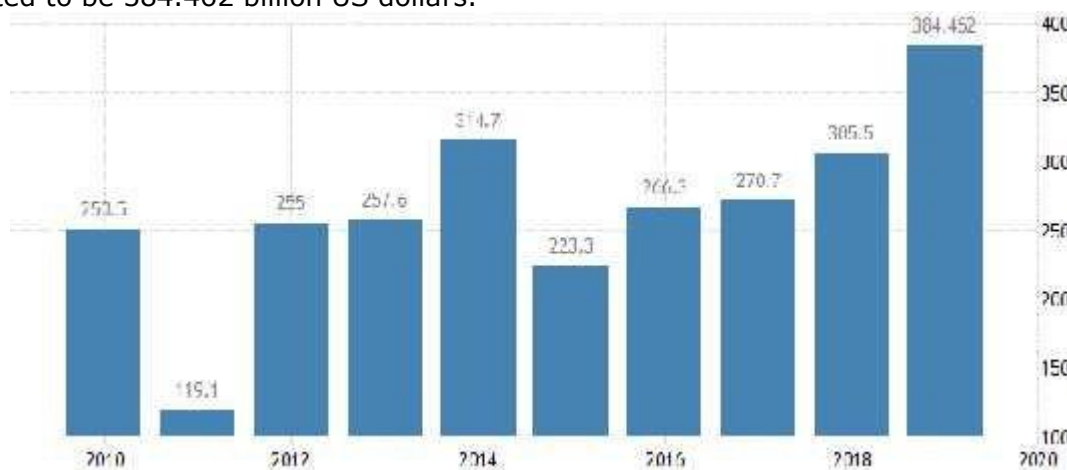


Figure 1: FTI inflows (2010-2019)

Source: tradingeconomics.com

The african countries have had more imports than exports, same as any developing or underdeveloped region as they need external resources to fulfill their internal demands and needs. Rwanda is no exception in this case and as the figure 2 below shows, the balance of trade in Rwanda is negative i.e trade deficit exists. The figure 2 shows that the deficit amount is decreased in 2020 september as compabred to the previous few months.

Rwanda's economic policy is open to foreign trade which accounts for 51.5% of the GDP (World Bank, 2018). In addition to benefiting from the U.S.-Rwanda Bilateral Investment Treaty (BIT), which entered into force in 2012, Rwanda is a member of the East African Community (EAC) - one of the most dynamic regional communities in Africa - the Common Markets of Eastern & Southern Africa (COMESA) and the WTO. Custom duties are relatively low in the country (7.3% on average) and non-tariff barriers are virtually non-existent.

Rwanda mainly exports petroleum oils, gold, tea and coffee, while imports are led by pharmaceutical products, radio-telephony transmission tools and cement. The country's leading trading partners are the neighboring Democratic Republic of Congo (31.8%), Kenya (16%), the UAE (14%) and Switzerland (8.8%); with imports coming chiefly from China (21.2%), followed by Uganda (11.2%), Kenya (7.8%) and India (7.4%).

Due to its strong growth and demand for manufactured goods, Rwanda has a structural trade deficit. After narrowing in 2017, the deficit increased in 2018, from USD -829 million to USD -907 million (World Bank, 2018). In 2018, merchandise imports from Rwanda reached USD 2.58 billion, while exports amounted to USD 1.1 billion. The country exported services worth USD 798 million and imported USD 931 million (WTO, 2018).



Figure 2: Balance of Trade (October 2019 – September 2020)

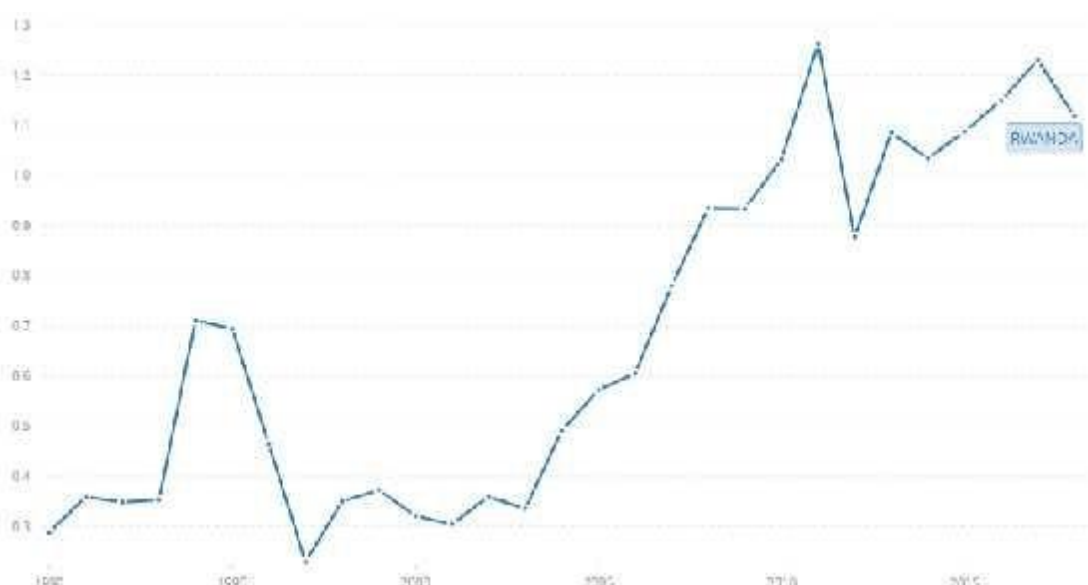


Figure 3: Official Aid Received by Rwanda (1990 – 2018)

Source: data.worldbank.org

The countries that are developing depend greatly on the aid that they receive from other countries to maintain their economic development. Rwanda has been one of the focused countries in African region by superpowers like China, U.S. and Russia for official development aid. Figure 3 given above maps the received ODA (official development aid) by Rwanda in the past two decades.

Rwanda is one of 19 members of the COMESA (www.comesa.int) that offers preferential terms of trade for its members. Rwanda is also a member of the World Trade Organization (WTO) (www.wto.org) and joined the EAC (www.eac.int) in 2007 and the Commonwealth (<http://thecommonwealth.org>) in 2009. It is also a member of Economic Community of the Great Lakes and the Economic Community of Central African States. Rwanda hosted the signing ceremony for the African Continental Free Trade Area agreement in 2018, and was one of the first countries to ratify that agreement, which enter into force soon. While the EAC now has a Customs Union and Common Market, the slow pace of regulatory reform, lack of harmonization, non-tariff barriers, and bureaucratic inefficiencies still hamper the free movement of goods, capital, and people. Except for apparel products, Rwanda is eligible for trade preferences under the AGOA

(<http://trade.gov/agoa/>), which the United States enacted to extend duty-free and quota-free access to the U.S. market for many goods produced in eligible beneficiary countries.

The United States and Rwanda signed a Trade and Investment Framework Agreement (TIFA) in 2006, and a Bilateral Investment Treaty (BIT) in 2008.

Rwanda has active bilateral investment treaties with Germany (1969), Belgium-Luxembourg Economic Union (1985), and the Republic of Korea (2013). Rwanda signed bilateral investment treaties with Mauritius (2001), South Africa (2000), Turkey (2016), Morocco (2016), the United Arab Emirates (2016), and Qatar (2018), but these treaties have yet to enter into force. Rwanda signed the Economic Partnership Agreement between the EAC and the European Union; this agreement has not yet entered into force.

The government's strategy recognises that off-farm jobs must be created urgently, even as on-farm productivity must be improved. And given the very small domestic market of 12 million, and the low level of exports-to-GDP (14%), the country must learn to sell more to the rest of the world. The national strategy also underlines the importance of foreign direct investment, which indeed has often been critical for the development of non-traditional exports in Africa.

References:

1. Alfaro, L., Chanda, A., Kalemli-Ozcan, S., and Sayek, S. (2006). How Does Foreign Direct Investment Promote Economic Growth? Exploring the Effects of Financial Markets on Linkages. NBER WP No. 12522.
2. Alfaro, L., Chanda, A., Kalemli-Ozcan, S., and Sayek, S. (2004). FDI and economic growth: the role of local financial markets. *Journal of International Economics*, 64(1), 89–112.
3. Alguacil, M., Cuadros, A., and Orts, V. (2011). Inward FDI and growth: The role of macroeconomic and institutional environment. *Journal of Policy Modelling*, 33(3), 481–496.
4. Blomstrom, M., and Kokko, A. (2003). The Economics of Foreign Direct Investment Incentives. NBER WP. 9489

УДК 658:0048.1

ГАЛАЙ О. В.

*Студентка факультету фінансів та обліку
Науковий керівник – к.е.н., доц. Маслова Н.О.
Київський національний торгово-економічний університет*

СТРАТЕГІЇ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ АЛЬТЕРГЛОБАЛІЗМУ

Глобальна трансформація є найважливішою рисою сучасного світу. Глобалізація позитивно впливає на загальний економічний прогрес через поширення інновацій в усі сфери життя, але попри це посилюються нерівномірність економічного й соціального розвитку. Наслідками стали деградація довкілля, порушення прав людини, зростання бідності у світі, борги та ін. Країни, які не встигнуть за динамікою «нового світу», не отримають дивідендів від глобалізації та можуть суттєво втратити свої позиції в економічному розвитку. Щодо України — запропоновано нову економічну модель яка забезпечить різкий старт і збалансований розвиток нашої економіки. Тож виникає необхідність дослідження реальної перспективи впливу альтерглобалізму на подальший розвиток глобалізації та учать у цьому процесі нашої країни.

Основні підсумки дослідження опубліковані в книзі М.С. Горбачова: "Грані глобалізації: важкі питання сучасного розвитку". Серед різноманіття статей треба виділити роботи Ю. В. Яковця "Глобалізація і взаємодія цивілізацій" та роботу В.В. Оленьова та А. П. Федотова "Глобалістика на порозі XXI століття" [1]. В цих роботах розкривається поняття, причини та наслідки глобалізації, формування покоління Z, досліджується тенденція динаміки чисельності населення цивілізацій та пов'язані з цим екологічні проблеми, на рівні науки розглядаються питання процесу розвитку суспільства й основи світогляду в умовах переходу до нового світу. Також надзвичайно цікавим є цикл статей в журналі "Світова економіка і міжнародні відносини", в якій досліджується процес планування зовнішньоекономічної діяльності в умовах переформатування міжнародної економіки під впливом тенденцій глобалізації, розкривається значення функції стратегічного планування для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, приділяється увага аналізу процесу вибору закордонного партнера.

Альтерглобалізм (альтернатива глобалізму) – це соціально-політичний рух кінця 20-го століття, який обґрунтовує новий світ з позицій широкої демократичної громадськості [2]. Мета цього руху – змінити параметри глобалізації, щоб уникнути негативних наслідків й винайти іншу стратегію глобалізації, яка мала б гуманістичний зміст. Найважливіші інституціональні перетворення міжнародних економічних відносин: перебудова соціально-економічної структури, масова приватизація, створення фінансової інфраструктури, виникнення і розвиток фінансових ринків та лібералізація зовнішньоекономічних зв'язків [3].

В Україні проблема конкурентоспроможності стоїть гостріше у порівнянні з розвиненими країнами. Високий рівень конкурентоспроможності економіки – головна умова інтеграції України у світовій економічній простір в якості рівноправного учасника міжнародних економічних відносин. У рейтингу глобальної конкурентоспроможності економіки Україна посіла 83 місце серед 140 країн [4].

Передбачити майбутній розвиток національної економіки можливо завдяки формуванню цілісної моделі, стратегічні цілі якої стали такі умови: до 2036-го року розмір національної економіки, тобто обсяг ВВП, повинен становити 500 млрд доларів, а наявний дохід середньостатистичного українця – 7000 доларів в рік, що дозволить ліквідувати бідність для всіх соціальних верств. Програма соціально-економічного розвитку України 2036 є стратегією реалізації національної ідеї та розроблена для забезпечення справедливого розподілу національного доходу, частину з якого треба справедливо розподілити між українцями [5]. Зараз розподіл сукупного доходу між групами населення України носить абсолютно несправедливий характер, що підтверджується розрахунковим коефіцієнтом Джинні, і становить в сьогоденній Україні менше ніж 0,3. При тому, що в розвинених країнах коефіцієнт Джинні становить не менше 0,75.

Ставлячи економічну мету (ВВП України 500 млрд доларів до 2036-го року) [5] перед собою, доцільно тоді цей показник розділити на проміжні показники зростання економіки, наприклад щорічні, що стануть орієнтиром і мірилом ефективності діяльності української влади. Загально прийнято, для порівняння з розвиненими економіками, треба оперувати обсягом ВВП в доларовому еквіваленті, але українців цікавить розмір економіки в національній валюті – гривні, адже нарахування сукупних доходів відбувається саме в цій валюті, тож для досягнення щорічного гривневого обсягу національної економіки, необхідно визначити девальвацію гривні до долара.

Отже, у висновку можна сказати, що найбільша помилка поточного періоду – це намагання проводити реформи в межах старої парадигми без кардинальної зміни моделей економічного розвитку та державного управління. Альтерглобалізм дає змогу зміцнити систему самоуправління та протидію укріплення влади корпоративного капіталізму, раціоналізувати економіку, що стоятиме на службі народу, а не власників великого капіталу. Також, важливим пунктом побудови альтерглобалістської України є впровадження лібертарної освіти, принцип якої – повага та віра у дітей, на відміну від чинної системи. Попри це, глобалізація посилює дефекти ринку. В сучасних умовах господарювання Україна повинна ширше використовувати такі форми міжнародного співробітництва держав, як зону вільної торгівлі, єдиний митний і економічний простір, а також співробітництво в інвестиційній сфері.

Список використаних джерел

1. Глобалистика // Международный междисциплинарный энциклопедический словарь / гл. ред.: И. И. Мазур, А. Н. Чумаков. М.; СПб.; Н. Й. : ИЦ «ЕЛИМА», ИД «Питер», 2006. 1160 с.
2. Зварич Р. Конкретизація та верифікація розуміння альтерглобалізації // Журнал європейської економіки. - Том 16, № 1 (2017). - С.3-16. URL: <http://jeej.wunu.edu.ua/index.php/ukjee/article/view/912/898>.
3. Глобальний рейтинг конкурентоспроможності економіки: Україна покращила свою позицію. URL: tsn.ua/groshi/globalniy-reyting-konkurentospromozhnosti-ekonomiki-ukrayina-pokraschila-svoyu-poziciyu-1234707.html.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Ліпич Л.Г. Перспективи розвитку економіки України: теорія, методологія, практика. Регіональна економіка. 2019. No 3. С.251-253.

УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Динамічний розвиток сучасної економічної системи вимагає від керівництва бізнесу оперативного та гнучкого реагування на зміну умов та факторів господарювання. Одним з провідних превалюючих системних сфер бізнесу є інвестиційна діяльність підприємства. В умовах турбулентного макроекономічного середовища від реалізації принципів управління інвестиційною діяльністю підприємства залежить загальний ринковий успіх фірми.

Проблематику управління інвестиційною діяльністю підприємства досліджувала значна кількість науковців, зокрема: О. С. Кислюк, О. В. Долгальова, Н. Лохман, О. Корнілова, О. Наумова, О. Б. Паньков та інші [1-5].

Метою роботи є аналіз особливостей управління інвестиційною діяльністю підприємства в умовах турбулентного макроекономічного середовища.

Слід відзначити, що під інвестиційною діяльністю можна розуміти сукупність операцій підприємства, які спрямовані на бізнес-розширення господарської діяльності як за рахунок збільшення виробничого потенціалу, так і за рахунок фінансового інвестування. Оптимальний результатом реалізації проектів з інвестування є оновлення виробничих потужностей, нарощення прибутку та ринкової частки, швидка окупність інвестицій.

В сучасних умовах бізнесу на ефективність управління інвестиційною діяльністю підприємства значним чином впливають:

- макроекономічна стабільність;
- ринкова позиція фірми та її конкурентність;
- продумана інвестиційна політика;
- наявність власних коштів для реінвестування в розвиток економіки.

Інвестиційний менеджер як особа, що відповідає за стан управління інвестиційними процесами на підприємстві — це особа або компанія, яка управляє інвестиційним портфелем від імені клієнта. Інвестиційні менеджери розробляють інвестиційну стратегію для досягнення цілей клієнта, а потім використовують цю стратегію, щоб вирішити, як розділити портфель клієнта на різні типи інвестицій, такі як акції та облігації.

Зростання суми та вартості активів має важливе значення для загальної вартості компанії та багатства її акціонерів. Серед різних видів активів, якими може володіти компанія, більшість потребують управління інвестиціями.

Ефективне управління інвестиційною діяльністю націлене на приріст інвестиційної привабливості підприємства. Характеристики інвестиційної привабливості компанії в контексті реалізації міжнародних інвестиційних процесів вказують, що потрібно оцінювання в рамках міжнародної інвестиційної діяльності подвійний ефект інвестування, параметри взаємодії учасників даного процесу та симбіозу в діяльності компаній, перспективність розвитку підприємства, галузі та держави загалом, важливість врахування вимог та побажань наявних та потенційних міжнародних інвесторів

На основі дослідження сучасних підходів до управління інвестиційною діяльністю підприємства встановлено потребу розробки стратегічних інвестиційних планів на великих та середніх фірмах та бізнес-планів в сфері малого бізнесу, що дозволить формалізувати релевантну інформацію про стан та потенціал росту підприємства саме за рахунок інвестицій та виробничого розширення, при цьому інвестиційні плани повинні бути чітко обґрунтовані, містити інформацію про інвестиційні потреби та їх джерела, а також про вектори використання та потенціал окупності.

Список використаних джерел

1. Колесник В. І. Професіоналізація управління інвестиційною діяльністю на підприємствах харчової промисловості. *Економічні інновації*. 2019. Т. 21, Вип. 3. С. 45-52.
2. Кислюк О. С., Долгальова О. В. Управління інвестиційною діяльністю підприємства: сутність, особливості та механізм. *Збірник наукових праць Донбаської національної академії будівництва і архітектури*. 2019. № 4. С. 75-81.
3. Лохман Н., Корнілова О. Процес управління інвестиційною діяльністю навітчизняних підприємств. *Торгівля і ринок України*. 2015. Вип. 38. С. 151-160.

4. Наумова О. Управління інвестиційною діяльністю підприємства в умовах кризових явищ. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2016. Вип. 4. С. 32-36.

5. Паньков О. Б. Управління інвестиційною діяльністю як базовий складник економічної безпеки підприємства. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2020. № 4. С. 90-93.

УДК 658:0048.1

ГОРЕЦЬКА Ю.В.

*Студентка факультету фінансів та обліку
Науковий керівник – к.е.н., доц. Маслоva Н.О.
Київський національний торговельно-економічний університет*

ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ БАНКІВ

В умовах сьогодення стану банківської системи, що характеризується високим рівнем конкуренції банків, значна увага в управлінні банком приділяється саме політиці комунікації зі споживачами банківських послуг. Тобто банкам вже недостатньо просто створити новий якісний товар чи послугу, окрім цього виникає об'єктивна необхідність інформування, нагадування необхідності та зручності використання тієї чи іншої фінансової послуги для потенційних і вже існуючих клієнтів, задля збереження позитивного іміджу банку та залучення нових клієнтів (ресурсів). Саме з метою просування продуктів банку та заохочення діючих та потенційних клієнтів, в умовах сьогодення, перед банками виступає об'єктивна необхідність у розвитку та діджиталізації каналів обслуговування клієнтів банку та способів залучення нових клієнтів, задля спрощення та покращення даного процесу.

Комунікаційна політика є з'єднувальною ланкою між стратегією банку та очікуваним результатом. В сучасних умовах динамічного розвитку економіки, одним із важливих чинників інноваційного розвитку ринкової економіки є ефективна банківська система. Від стійкості та надійності комерційних банків і банківської системи в цілому залежить не лише ефективний розвиток економіки країни, а й добробут населення як клієнта банківської установи [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування ефективної комунікаційної політики привертають увагу багатьох вчених, серед них зарубіжні: Дж. К. Левінсон, П. Хенлі, І. Манн. Серед вітчизняних вчених дане запитання вивчали: Лютий І.О., Солодка О.О., Кузик О. В., Нікітін А. В., Бортніков Г. П., Федорченко А. В., Владиславлева Д.Н., Дубовик О.В., Буряк П., Бойко С.М., Вознюк М.А., Павленко І.Г., Трегуб Д.В., Хмеленко О.В., Кочеткова В.М., Хомекно Б. А., Замроз М. В., Даниленко Ю. М., Павленко І. Г., Маслоva Н.О.

Сучасний банк як у теорії, так і на практиці повинен досконало оперувати маркетинговим комунікаційним інструментарієм, основою застосування якого є комунікаційна політика [2].

Комунікаційна політика здійснюється за допомогою таких основних засобів комунікацій як реклама, персональний продаж, заходи паблік рилейшнз (робота з громадськістю), прямий маркетинг, формування фірмового стилю.

Необхідність упровадження комунікаційної політики в діяльності вітчизняних банків набула актуальності під впливом таких факторів, як: загострення конкурентної боротьби; обмеження цінової конкуренції на ринку банківських продуктів, основане на державному регулюванні; інтернаціоналізація економічних процесів, що супроводжується проникненням на ринок банківських продуктів України іноземних банків; розширення сфери діяльності банків, яке викликане розвитком інформаційних технологій і комунікаційних засобів на базі сучасної техніки.

Головним призначенням комунікацій банку є інформаційне забезпечення цільового ринку про можливості здійснення вибору пропонованих продуктів і послуг, місце їх придбання самої фінансової установи. Таким чином, спілкування з фактичними чи потенційними клієнтами банку є комунікаціями, завдяки ефективності яких у них створюється позитивний імідж банку, його продуктів, що сприяє зростанню обсягів продажу і зміцнює його конкурентоспроможність [2].

Важливість застосування та розробки напрямів підвищення ефективності комунікаційної політики банків, підтверджує те, що головна регулююча ланка банківської діяльності – Національний банк України приділяє значення до розробки нових пріоритетів комунікацій: нові

стратегії, створення Експертної платформи та розвиток бренду. Пояснюється цей факт тим, що «як сучасна інституція Національний банк прагне знаходити спільну мову не лише з вузькими експертними і професійними аудиторіями, а і з широким загалом. Адже адресність комунікації є важливою передумовою її ефективності. Для цього Національний банк вивчає потреби своїх цільових аудиторій та будує комунікації таким чином, щоб говорити з кожною аудиторією зрозумілою для неї мовою на теми, які цікавлять саме її» [3].

Розглядаючи та аналізуючи таке поняття як комунікаційна політика банку, необхідно зупинитись на елементах комунікаційної політики, та інтерпретації їх специфіки у банківському секторі. Спираючись на думку вчених стосовно визначення сутності поняття «комунікаційна політика банку», ми пропонуємо власний підхід до набору складових елементів комунікаційної політики і виокремили чотири основні складові комунікаційної політики: реклама, прямий маркетинг, паблік рилейшинз, , стимулювання збуту.

На сьогодні на ринку фінансових послуг є велика конкуренція серед банківських установ, тому банки вимушені удосконалювати свої комунікаційні інструменти та удосконалювати їх. Традиційні інструменти комунікаційної політики банку вже не в змозі забезпечити очікуваний результат – повноту охоплення всіх контактних аудиторій та забезпечити ефективність маркетингових комунікацій підприємства. З розвитком суспільства і трансформацією поколінь x, y, z, розвитком технологій банки вимушені використовувати новітні і більш актуальні інструменти комунікацій, які за останні роки набувають все більшої актуальності. Найбільша увага при цьому приділяється digital маркетингу.

Цифровий маркетинг (digital marketing) – це використання всіх можливих форм цифрових каналів для просування фірми та її товару. Телебачення, радіо, Інтернет, соціальні медіа – усе це інструменти цифрового маркетингу. На даний момент сюди входять: просування в блогах і соціальних мережах, створення спеціальних Інтернет сайтів, вірусна реклама, контекстна реклама та інші форми. Телебачення, радіо, Інтернет, соціальні медіа – усе це інструменти цифрового маркетингу. По суті це великий комплекс, що на основі цифрових технологій використовує різні види маркетингу для просування бренду і продукту [4].

Цифровий маркетинг вирішує наступні завдання: підтримка іміджу бренду, підтримка виведення нового бренду або продукту на ринок, підвищення впізнаваності та стимулювання продажів.

За оцінками експертів Всеукраїнської рекламної коаліції зростання цифрового рекламного ринку – зростання ринку Інтернет-реклами продовжиться, ключовими факторами зростання стануть домінуючі обороти глобальних гравців Facebook для банерної реклами, Google (Youtube) для онлайн-відео і пошуку, а також прогнозується подальше зростання частки мобільного трафіку, що пояснюється позитивною динамікою мобільного споживання Інтернету населенням України. У зв'язку з цим очевидним висновком є те, що найефективнішим способом комунікації банків є «цифровий маркетинг», з чого випливає наступний очевидний висновок – перед банками постає необхідність у важливому процесі відбору та розвитку маркетингових інструментів цього напрямку.

Чубукова О. Ю. відзначає чинники, які зумовлюють актуальність розроблення сучасних комунікаційних стратегій маркетингу банківських послуг, а саме:

- глобальні тенденції розширення каналів фінансових операцій;
- швидкий розвиток банківських інноваційних продуктів і послуг;
- підвищення ризиків фінансової діяльності банків у режимі реального часу;
- дедалі більша потреба клієнтів у швидкості та гнучкості проведення фінансових розрахунків;
- посилення автоматизації та нових підходів до якості надання фінансових послуг;
- стрімкий розвиток IT-технологій у фінансовій сфері;
- потреба адаптації діяльності банків до змін на глобальному фінансовому ринку; – переорієнтація прибуткової діяльності банків на комісійні доходи від обслуговування клієнтів [5].

Отже, проаналізовано сутність комунікаційної політики та на основі трактувань вчених, сформульовано узагальнююче визначення поняття «комунікаційна політика банку» – комплекс заходів, завдання яких сформулювати для цільової аудиторії уявлення про загальну маркетингову стратегію установи шляхом направлення їй спеціальних повідомлень про послугу, її ціну, способи продажу з метою викликати до неї інтерес.

Виокремлено основні складові комунікаційної політики: паблік-релейшиз, реклама, стимулювання збуту та прямий продаж та пояснено їх прояви та застосування.

Ми робимо висновок, що банкам необхідно удосконалювати канали комунікації, у зв'язку з розвитком суспільства, і при цьому вагому роль при цьому необхідно надавати digital маркетингу, щоб знаходити індивідуальні підходи до співпраці з вже існуючими та

потенційними клієнтами з метою підвищення конкурентоспроможності на ринку банківських фінансових послуг. Цифровий маркетинг (digital marketing) – це використання всіх можливих форм цифрових каналів для просування фірми та її товару. Також наведено аргументи, які підтверджують необхідність розвитку цифрового маркетингу, який і надалі дозволить задовольнити наступні потреби банків: підтримка іміджу бренда, підтримка виведення нового бренда або продукту на ринок, підвищення впізнаваності та стимулювання продажів.

Список використаних джерел

1. Зовнішні бізнес-комунікації банку як інструмент підтримки репутації в умовах кризи / М. В. Замроз., Ю. М. Даниленко. // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». №10, 2020 URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2020/71.pdf.
2. Кашкіна Ю. Є. Сутність маркетингової політики комунікацій. Управління розвитком. 2014. № 15. С. 27–30
3. Коваленко В. В. Маркетингові банківські комунікації в умовах цифровізації економіки України. Modern Economics. 2020. № 21(2020). С. 115-121. - URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7820/1/kovalenko.pdf>
4. Сутність та роль комунікаційної політики банку в сучасних умовах. – Волохата В. Є. / Бізнесінформ № 6. – 2019 – с. 234-239. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sutnist-ta-rol-komunikatsiynoyi-politiki-banku-v-suchasnih-umovah/viewer>
5. Чубукова О. Ю. Інтегровані маркетингові комунікації: актуальні питання теорії / О. Ю. Чубукова, В. В. Марциновський // Формування ринкових відносин в Україні. - 2019. - № 6. - С. 62-72. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2019_6_10.

УДК 336.144.2

ДОКІЄНКО Л.М.

*к.е.н, доцент кафедри фінансів
Міжнародний університет фінансів*

FP&A ТА «НОВА НОРМАЛЬНІСТЬ»: КЛЮЧОВІ ЗАВДАННЯ ТА ФУНКЦІЇ

Фінансове планування та аналіз (FP&A) – це платформа для прийняття рішень, яка включає фінансову звітність та фінансовий аналіз, планування та бюджетування, прогнозування та фінансове моделювання.

Побудова ефективної системи FP&A на підприємстві вимагає як розуміння минулих тенденцій, так і ключових припущень та тенденцій, що можуть вплинути на результати діяльності в майбутньому. Це вимагає глибоких знань як бухгалтерського обліку, так і господарських операцій, як результат, фахівці з FP&A постійно контактують з усіма сферами діяльності підприємства, включаючи виробництво, продажі, маркетинг, бухгалтерію.

Останніми роками функція FP&A стає все більш затребуваною та перспективною. Фахівець з FP&A використовує найкращі практики, щоб зосередити увагу не лише на тому, що сталося або що відбувається, але і на тому, чому це відбувається і що, можливо, станеться в майбутньому.

В існуючих реаліях пандемії Covid-19 кожному підприємству варто зосередитись на формуванні такого процесу FP&A, який дозволить швидко реагувати на виклики, які супроводжують їх діяльність та постійно видозмінюються і модифікуються. У "новій нормальній" реальності FP&A повинно не просто вижити, але пристосуватися до реалій пандемії, удосконалитися і трансформуватися, щоб в період пост-пандемії бути ще більш ефективним, гнучким та дієвим.

Провідні фахівці з FP&A світового рівня виділяють 5 ключових аспектів побудови ефективного процесу FP&A в умовах «нової нормальності»: сценарне планування, управління грошовими потоками, цифровізація FP&A, освоєння новітніх технологій FP&A та формування новітніх навичок фахівців з FP&A [1,3]. Саме на останньому – формуванні новітніх навичок, функцій та завдань фахівців з FP&A – і пропонується акцентувати увагу.

Відповідно, до основних обов'язків фахівців з FP&A прийнято включати: проведення кількісного аналізу операційних та фінансових даних; створення та управління фінансовими базами даних шляхом організації та аналізу широкого кола джерел даних; підготовка фінансових звітів для внутрішнього використання на підприємстві шляхом збору, аналізу, форматування та подання інформації; оцінка нових проектів та інвестиційних можливостей;

оцінка активів підприємства; формування структури фінансування та управління вартістю капіталу; побудова бюджетів та прогнозів майбутньої діяльності; розробка та підтримка корпоративної фінансової моделі, яка детально описує всю діяльність підприємства та проектує подальші результати. Ієрархію функціональних обов'язків фахівців з FP&A на підприємстві можна представити наступним чином [2,4]:

I рівень. Директор з FP&A / Віце-президент з FP&A:

- власний процес підготовки фінансової звітності та фінансових моделей, включаючи планування сценаріїв;
- визначення процесів щомісячного, квартального та річного фінансового бюджетування, прогнозування та довгострокового планування;
- удосконалення існуючих звітів з метою більшої точності та своєчасності;
- аналіз фінансових результатів та ключових фінансових показників;
- розробка та впровадження спеціального фінансового моделювання та звітування для спеціальних проектів;
- партнерство з IT та іншими підрозділами для вдосконалення прогнозування за допомогою автоматизації та оптимізації системи;
- заохочення та стимулювання підлеглих.

II рівень. Менеджер з FP&A:

- тісна співпраця з управлінською командою для формування коротко- та довгострокових фінансових та стратегічних планів;
- аналіз фінансових та операційних результатів, фінансового стану підприємства;
- оцінка попередніх бюджетів та співпраця з керівниками бізнес-підрозділів для складання їх річного бюджету та прогнозів;
- розробка моделей для прогнозування довгострокового зростання, враховуючи фактори, які впливатимуть на результати;
- детальний аналіз продуктивності певних товарів чи відділів.

III рівень. Фінансовий аналітик:

- аналіз фінансових даних та використання фінансових моделей для прогнозування;
- відстежування доходів та націнок за бізнес-одинацями та витратами за центрами витрат;
- підготовка звітів про фінансові результати з урахуванням потреб керівництва;
- оцінка фінансових результатів, порівняння та аналіз фактичних результатів з планами та прогнозами;
- аналіз тенденцій та прогнозів;
- встановлення політики та процедур управління витратами.

Таким чином, аналітики, менеджери та директори FP&A відповідають за надання вищому керівництву фінансового аналізу та інформації, необхідної для прийняття основних операційних, фінансових та стратегічних рішень. Але, щоб досягти успіху в епоху цифрових технологій та «нової нормальності», на нашу думку, фахівці з FP&A повинні удосконалювати свої навички, адаптувати їх до умов пандемії та пост-пандемії і, відповідно, вміти ефективно виконувати наступні завдання та функції (рис.1).

1. Консалтинг

- збір фінансової та нефінансової інформації для розвитку повних знань про бізнес клієнта та середовище, в якому він працює;
- надання експертних порад, які дозволять підвищити вартість бізнесу чи отримати певні переваги на ринку;
- консультування щодо ділового партнерства для розвитку стратегічних відносин для створення можливостей, підвищення ефективності та вирішення ділових проблем;
- підготовка та представлення бізнес-планів та формування програми дій щодо їх реалізації.

2. Фінансовий менеджмент

- вміння пов'язувати розвиток світової торгівлі, ринків, ділової практики та економічного середовища з необхідними удосконаленнями у сфері управління фінансами та ризиками підприємства;
- оцінка активів бізнесу, капітальних проектів та інвестицій із використанням відповідних аналітичних якісних та кількісних методів;
- оцінює та вибір альтернативних джерел фінансування бізнесу та різних способів залучення фінансових ресурсів;
- прийняття фінансових рішень щодо сучасних подій в галузі регулювання, управління та етики;
- оцінка стратегій управління діловими та організаційними показниками щодо ділового та фінансового ризику, ефективна оцінка їх наслідків і пошук шляхів їх нейтралізації.

3. Управлінський облік

- управління розвитком та ефективністю в широкому діловому та технологічному середовищі в контексті стратегічного планування та реалізації;
- управління організаційними показниками шляхом відбору та вимірювання фінансових та нефінансових показників результативності;
- співпраця у ключових тактичних та організаційних сферах бюджетування та контролю, капітальних вкладень, управління людьми та ресурсами;
- проектування та використання сучасних новітніх технологій та інформаційних систем для покращення прийняття стратегічних рішень та організаційних показників

4. Управління відносинами із зацікавленими сторонами

- розвиток відносин з внутрішніми та зовнішніми зацікавленими сторонами;
- спілкування та отримання зобов'язань від внутрішніх та зовнішніх зацікавлених сторін;
- використання нових технологій для співпраці та ефективного спілкування із зацікавленими сторонами;
- застосування професійних та етичних суджень при взаємодії із зацікавленими сторонами;
- узгодження стратегічних цілей підприємства з потребами зацікавлених сторін та управління очікуваннями.

5. Стратегія та інновації

- застосування ділової хватки та комерційної обізнаності для досягнення бізнес-цілей;
- рекомендація відповідних стратегічних варіантів, з яких можна розробити стійкі плани та цілі;
- оцінка, обґрунтування та застосування відповідних стратегічних варіантів;
- прийняття та застосування інноваційних методів для реалізації стратегії та управління змінами.

Рис.1. Ключові завдання та функції фахівця з FP&A в умовах «нової нормальності»

Отже, криза COVID-19 чітко окреслила потребу у трансформації сфери фінансового планування та аналізу, але вже сьогодні зрозуміло, що FP&A стає мультидисциплінарним. FP&A в умовах нової нормальності буде покращуватися та розвиватися, якщо продовжуватиме удосконалювати процес прийняття рішень в діловому середовищі, де підприємства будуть продовжувати більш жорстку конкуренцію в аналітиці. Саме тому, дуже важливо вносити суттєві зміни і у набір навичок, функцій та завдань FP&A.

Список використаних джерел

1. Coveney M., Nazario J., Moreira D., Ahmadoun M., Grundy C. & Deiller M. (2020). FP&A of the Future: Adapting to the New Normal. URL: <https://fpa-trends.com/report/fpa-future-adapting-new-normal>

2. Huamán R. (2020). Renew Your Six Human Skills for the "New Normal" FP&A. URL: <https://fpa-trends.com/article/renew-your-six-human-skills-new-normal-fpa>
3. Melnychuk L. (2020). "New Normal" FP&A is Multifunctional. URL: <https://fpa-trends.com/article/new-normal-fpa-multifunctional>.
4. Rami A. (2020). Financial Planning & Analysis (FP&A): Practices, Roles, Responsibilities, and Functions. URL: <https://www.netsuite.com/portal/resource/articles/erp/financial-planning-analysis-fpa.shtml>.

УДК 336:330.3

ЄРЕШКО Ю.О.,
к.е.н., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки,
КПІ ім. І. Сікорського

ТОВМАСЯН В.Р.,
докторант,
ПВНЗ «Європейський університет»

ІННОВАЦІЙНА ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА

Інноваційна фінансова політика підприємства використовується для досягнення максимальної ефективності у фінансуванні інноваційної діяльності компанії за максимально можливого збереження нормального ритму її господарської діяльності. Згадана нами вище сутність і функціональні особливості фінансової політики проявляються в комплексності управлінських заходів в процесі досягнення запланованого результату, а саме: уникненні ризиків і загроз економічній безпеці господарюючого суб'єкта на шляху до поставленої мети. Аспектні особливості управлінського процесу саме як «політики» створюють передумови реалізації фінансового менеджменту на основі «раціо», радше, ніж «максімо». Тобто, головним завданням, яке вирішує використання фінансової політики підприємства в якості управлінської основи є те, що об'єкт політичного процесу гарантовано не зазнає значних фінансово-економічних коливань в довгостроковій перспективі в гонитві за досягненням швидкого інноваційного ефекту.

По суті, основною функцією інноваційної фінансової політики підприємства є активне фінансування інновацій з елімінацією доволі розповсюдженого сьогодні сценарію: господарюючий суб'єкт зазнає колосальних фінансових втрат, або, навіть, опиняється на межі банкрутства, внаслідок спрямування лівової частки фінансових ресурсів та економічних факторів та/або:

- затягнутого з різних об'єктивних і суб'єктивних причин інноваційного процесу;
- часових і фінансових лагів у інноваційно-інвестиційній діяльності;
- недобросовісної конкурентної політики інших гравців ринку, промислового шпигунства, жорсткої конкуренції на ринку;
- провалу маркетингової стратегії, не досягнення бажаної реакції ринку;
- провального курсу інноваційної діяльності;
- повільної «інноваційної» реакції тощо.

Перелік найгучніших банкрутств і виходів компаній з ринку внаслідок описаних вище факторів або їх комбінацій наведено у табл. 1.

Таблиця 1 – Відомі загрози економічній безпеці компаній внаслідок суперечливої інноваційної діяльності
(побудовано автором на основі [1]-[4])

Назва	Рік заснування	Пікова вартість	Рік припинення юридичної особи/ банкрутства	Причина
1	2	3	4	5
KoDAK	1881	31 млрд. дол	2012	Провал у визначенні нової ніші; відсутність стратегічної креативності; відсутність організаційної спритності, нестача фінансових можливостей для інноваційного процесу як наслідок
nokia	1865 (1997)	300 млрд. дол	2013	Провальні розробки операційної системи; відсутність вчасної реакції на потреби споживачів; втрата фінансової ліквідності як наслідок; неможливість фінансування подальших інновацій
IBM	1888	32 млрд. дол	1999 (розпочато процес банкрутства), 2010 (на межі банкрутства)	Провальні «стратегічні імперативи» компанії; неокуплені інвестиції в технології хмарних обчислень і бізнес-послуг на основі штучного інтелекту Watson
Blockbuster	1985	8,4 млрд. дол	2010	Відсутність вчасної реакції на зміни потреб; відмова від інновацій; запізниті інновації
Vertu	1998	297 млн. дол	2017	Повільне впровадження інновацій; відсутність реакції на потреби споживачів; втрата ліквідності
hummer (бренд) та General motors	1979 (1908)	262 млрд. дол.	2010	Криза Детройту; недостатня ринкова гнучкість; провальна інноваційна фінансова політика
Enron	1985	101 млрд. дол.	2001	Криза доткомів; провальна фінансова політика у сфері інвестицій та інновацій; невідповідність озвученого рівня інноваційності фактичній імплементації
Toshiba	1875 (1939)	3,3 трл. єн (3,2 млрд. дол)	2017	Спільна фінансова і облікова політика, що спричинила скандал вартістю у 1.2 млрд. дол чистих збитків у 2015 і не дозволила вчасно відреагувати на фінансові втрати від супутньої бізнесу ядерної програми: компанія втратила понад 9 млрд. дол через невдале проектування ядерних реакторів дочірньою компанією Westinghouse

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5
solyndra	2005	140 млн. дол	2011	Пробіли у фінансуванні інновацій; жорсткість ринку сонячних панелей; бюрократичність

Звідси, можна зробити висновок, що розмір, досвід, пізнаваність бренду, високотехнологічність (деякі зі згаданих у табл. 1. підприємств вважались лідерами інновацій), вартість компанії і її позиції на ринку, навіть, диверсифікованість, не гарантують елімінації економічних загроз аж до банкрутства внаслідок спірних управлінських рішень в галузі впровадження і фінансування інновацій. Так, деякі компанії з переліку вище виявилися занадто «важкими» для швидкої реакції на зміни споживчих настроїв і потреб, деякі навпаки – занадто впевнено активно «інноваціонувались», що в результаті принесло однаково очікуваний ефект – частина компаній змінили власників, частина були вимушені вдатись до злиття, перепрофілювання (іноді радикального), а решта, нажаль, – стали історією.

До основних функціональних завдань і заходів інноваційної фінансової політики можна віднести:

- оперативне реагування на зміну потреб у фінансуванні інноваційної діяльності;
- побудову оптимальної моделі фінансування інновацій зважаючи на стадію економічного циклу підприємства, загальної ринкової кон'юнктури і суспільних настроїв;
- постійний моніторинг ринку з відповідною процесною реакцією на альтернативи заходів і цілей фінансової політики;
- оптимізація облікової політики;
- автоматизація управлінських рішень;
- якісне обґрунтування політики залучення інвестицій;
- створення резервних фондів та резервних альтернативних фінансових планів;
- самофінансування і самоінвестування;
- залучення зовнішніх інвестицій; реалізація цінних паперів тощо; використання комбінацій фінансових інструментів тощо.

Здійснення вибору виду політики не означає її довгострокову релевантність, радше, доцільним є планування їх послідовних комбінацій, зважаючи на умови життєдіяльності компанії і її потреби в різній ретроспективі.

Незалежно від обраного виду політики, з дотриманням принципів достовірності, наступності і послідовності, компоненти формування фінансової політики мають розглядатися у своїй органічній сукупності і структурній єдності, що забезпечує необхідні системність, комплексність, багатоваріантність і альтернативність розроблених в майбутньому рішень і їх систем, о отже, гарантує загальну ефективність політичного процесу.

Список використаних джерел

1. The 13 biggest tech company failures in the last 10 years. URL: <https://www.businessinsider.com/tech-companies-that-shut-down-went-bankrupt-in-last-decade-2019-11#2016-pebble-7> (Assesed on 1.11.2020)
2. 50 examples of corporations that failed to innovate. URL: <https://www.valuer.ai/blog/50-examples-of-corporations-that-failed-to-innovate-and-missed-their-chance> (Assesed on 1.11.2020)
3. Kodak: історія про гучні успіхи та невдачі. URL: <https://buduysvoe.com/publications/kodak-istoriya-pro-guchni-uspihy-ta-nevdachi> (дата звернення: 18.12.2020).
4. Where Nokia went wrong. URL: <https://www.newyorker.com/business/currency/where-nokia-went-wrong> (Assesed on 1.11.2020)

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Фінансова безпека підприємства стала одним з найбільш актуальніших питань для обговорення у сучасній ринковій економіці як України так і світу. Чинники дестабілізації політичної та економічної ситуації в країнах, що пов'язані з трансформаційними процесами, та подоланням кризових явищ спонукають фінансистів з усього світу заново передивитися питання фінансової безпеки та з нової точки зору проаналізувати існуючі стратегії управління підприємством.

На прикладі України можна виділити низку негативних факторів які спонукають відноситись до цього питання більш комплексно і зважено. Серед них можна виділити такі як: втрата ринків через зниження рівня конкурентоспроможності (неможливість міжнародного авіаційного, і залізничного перевезення за карантинними обмеженнями COVID-19), низька інвестиційна привабливість (не виконання судових реформ за умовами МВФ), тривала світова криза та ін. Все це, сприяє на створення нових загроз для підприємств, які можуть призвести до втрати платоспроможності, збитковості чи навіть банкрутства.

Успішний розвиток та функціонування будь-якого суб'єкта підприємницької діяльності значною мірою залежить від надійної, якісної та ґрунтовної системи управління, особливо систем фінансового менеджменту, що відображає рівень фінансової безпеки підприємства [1]. Так поняття фінансової безпеки підприємства слід розуміти як здатність суб'єкта підприємництва здійснювати свою господарську й фінансову діяльність, ефективно і стабільно шляхом використання сукупності взаємопов'язаних діагностичних, інструментальних та контрольних заходів фінансового характеру, що мають оптимізувати використання фінансових ресурсів, забезпечити належний їх рівень та нівелювати вплив ризиків внутрішнього і зовнішнього середовища [2]. Тому головною метою управління фінансовою безпекою підприємства є досягнення високої фінансової стійкості підприємства в довгостроковому періоді.

Класично в процесі реалізації своєї головної мети управління фінансовою безпекою підприємства з точки зору менеджменту, підприємству необхідно вирішити три великих завдань[3]:

1. Знаходження найбільш ефективних шляхів максимізації ринкової вартості підприємства.

2. Визначення основних видів загроз, що перешкоджають реалізації пріоритетних фінансових інтересів підприємства. Можливе визначення характеру окремих факторів, що здійснюють деструктивний вплив на реалізацію кожного із фінансових інтересів.

3. Відбір найбільш ефективних механізмів, що мінімізують ймовірності реалізації окремих загроз, так і розмір можливого фінансового збитку.

Отже, вирішуючи завдання, слід взяти до уваги критерії, що відносяться як до держави в цілому, так і до специфіки галузей і організацій які функціонують в конкретному регіоні.

Загальним підходом для вирішення поставлених завдань є своєчасний розрахунок показників які допомагають прогнозувати фінансову стійкість підприємства. До цих показників можна віднести: виявлення стабільності прибутку; визначення показників коефіцієнтів ліквідності; розрахунок рентабельності продукції або послуг; аналіз галузевої вартості активів і цінних паперів підприємства та інше. У разі їх своєчасного виявлення, існує висока ймовірність прогнозування банкрутства і зниження ризику фінансових і матеріальних втрат для підприємства. В ході діагностики і оцінки ризику банкрутства використовуються методи, що ґрунтуються на аналізі досить великої системи ознак і критеріїв, або ж на застосуванні заздалегідь обмеженої номенклатури показників, в тому числі і інтегральних [4].

Весь набір ознак характеризують ймовірність настання банкрутства, що з достатньою умовністю можна розділити на дві категорії.

До першої категорії відносять ознаки, що свідчать про можливість погіршення ситуації на підприємстві в перспективі: низький обсяг капітальних вкладень; слабо ефективно застосування технічного забезпечення підприємства; тимчасові розриви в роботі ведуть до простоїв та ін.

До другої категорії можна віднести показники, що дозволяють оцінити можливість банкрутства в найближчій перспективі: наявність запасів сировини або продукції істотно перевищують норму; дефіцит оборотних активів підприємства і зростання тривалості їх обороту; наявність великий дебіторської і кредиторської заборгованості.

Існують різноманітні методичні підходи до оцінки та забезпечення фінансової безпеки підприємства. У найбільш загальному вигляді їх запропоновано розділити на три ключові складові: інструменти класичного коефіцієнтного фінансового аналізу (дискримінаційні статистичні моделі ймовірності банкрутства, матриця показників фінансового стану), інструменти оцінки фінансової стійкості підприємства (моделі оцінки рівня фінансової стійкості операційної діяльності, матриця діагностики фінансового стану на основі модифікованих фінансових звітів та матриця фінансової рівноваги на основі прогнозованих зведених показників), інструменти вартісно-орієнтованого управління (VBM – EVA – BSC модель) [5].

Таким чином, менеджмент виконуючи управління підприємством в контексті забезпечення фінансової безпеки бере до уваги такі показники як: показник економічної рентабельності (ROA), рентабельність інвестицій (ROI), рентабельність власного капіталу (ROE), рентабельність продажів товарів чи послуг (ROS). Інколи, для більш глибокого аналізу також розглядають додаткові показники, які можуть розраховуватися за видами діяльності, використанням фінансових потоків, опосередкованих чинників.

Виконуючи обширний фінансовий аналіз, найголовніше вірно і правильно оцінити взаємозв'язок і значення отриманих показників. І тут найбільш значимо виникає потреба в виборі методу для оцінки фінансової стійкості підприємства і загального стану фінансової безпеки підприємства у цілому.

Коли ж, це завдання успішно виконане і метод оцінки вибраний, необхідно оцінити діапазон значень де лежать ці коефіцієнти. Так, вибір вірного діапазону значно підвищить інформативність отриманих розрахунків з точки зору ступеня загроз та небезпек, дозволить сфокусуватися на чинниках які спрямовані на природу утворення та ступеня можливості виникнення небезпек та загроз. Таким чином, система показників суттєво підвищить ефективність корпоративного управління фінансовою безпекою в цілому та ефективність функціонування підприємства.

Описані вище методики і підходи до діагностики і оцінки фінансової безпеки підприємства здатні забезпечити системний принцип до дослідження можливості банкрутства та дає можливість враховувати структуру і повноту взаємозв'язку між досліджуваними показниками фінансової діяльності, а також прогнозувати значення оцінки рівня фінансової безпеки підприємства. При аналізі фінансової безпеки господарюючого суб'єкта і ймовірності його банкрутства кожен з розглянутих методів має певними позитивними і негативними рисами, які проявляються в тій чи іншій мірі, і залежать від мети і глибини аналізу, об'єкта дослідження, технічних можливостей дослідників та ін. В цілому, найбільш ефективним і правильним є застосування даних методів в комплексі з розширення групи розглянутих факторів і критеріїв в залежності від конкретної ситуації і розв'язуваної задачі.

Список використаних джерел

1. Голов С. Ф. Управлінський облік: підручник. Київ: «Центр учбової літератури», 2018. 534 с. URL: <https://bookzone.com.ua/books/73598-upravlinskiy-oblik-pidruchnik/>.
2. Васильців Т. Г. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення [монографія] / Т.Г. Васильців. – Львів: ВИДАВНИЦТВО, 2012. – 386 с.
3. Мойсеєнко І.П. Управління фінансово-економічною безпекою підприємства: навчальний посібник / І.П. Мойсеєнко, О.М. Марченко. – Львів, 2011. – 380 с.
4. Спендер В.А., Орлов А.В. Основные индикаторы экономической безопасности России // Инновационные подходы в решении современных проблем социальной, гуманитарной и экономической сферы Изд-во ЧУО ВО Институт экономики и культуры (Москва) – 2018. – С. 83–92. / [Електронний ресурс] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35354743>.
5. Dokiienko L., Hrynyuk N., Lapko O., Kramarev H. Financial security diagnostics tools for corporate enterprises. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2020. №3(34). P. 184–194. URL: <https://doi.org/10.18371/fcaptop.v3i34.215477>.

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКУ НА РИНКУ КРЕДИТНИХ ПОСЛУГ

Конкурентоспроможність національної економіки неможлива без сучасної ефективної банківської системи, основна діяльність якої зосереджена на ринку кредитних послуг. Конкурентоспроможна банківська система неможлива без забезпечення конкурентоспроможності кожного банку, що особливо актуально саме на ринку кредитних послуг, як одного з самих ризикових та важливих для забезпечення ефективної їх діяльності.

Гладинець Н.Ю. визначає [1, с. 815], що конкурентоспроможність банку – «це здатність фінансової установи вести ефективну господарську діяльність та мати на меті досягнення практичної прибуткової реалізації послуг в умовах конкурентного ринку».

Конкурентоспроможність є результатом, що фіксує реалізацію наявних конкурентних переваг, але вона не складає їхню арифметичну суму. Це нова якісна характеристика організації, що забезпечує її конкурентний успіх, в основі якого знаходяться певні конкурентні переваги, представлені та реалізовані на відповідному ринку. Зовнішнім проявом конкурентоспроможності є можливість економічної організації протистояти негативному впливу зовнішнього середовища задля реалізації визначених конкурентних цілей. Основним критерієм конкурентоспроможного банку є його активна діяльність на цільовому конкурентному ринку.

Усі діючі організації є конкурентоспроможними, а ті, що не витримали конкуренції, — втрачають конкурентоспроможність і залишають ринок. Для того щоб організація мала змогу здійснювати свою діяльність, необхідні такі умови: — по-перше, лояльність ринку до даної організації, яка виявляється в обсязі реалізації виробленої продукції, що є свідченням задоволення потреб споживачів; — по-друге, готовності власників продовжити термін інвестування коштів у капітал організації, яка визначається ефективністю авансованого капіталу, як основного параметру доцільності підприємницької діяльності; — по-третє, готовність колективу організації продовжити роботу при існуючих соціально-економічних, екологічних, організаційних та інших умовах; — по-четверте, забезпечення діяльності організації у визначеному державою правовому полі.

Разом з тим, важливим питанням є місце конкуренції. В даному випадку це – ринок кредитних послуг банку. Основним критерієм конкурентоспроможної організації є її активна діяльність на цільовому конкурентному ринку.

Виходячи з особливостей ринку бачимо, що конкуренція на ринку кредитних послуг є значно інтенсивнішою, ніж у більшості інших галузей економіки. Це пояснюється досить обмеженими можливостями банків маневрувати з асортиментом пропонованих послуг. Існує стандартний набір послуг, який пропонується майже кожним банком і розширити який, винайшовши принципово новий банківський продукт, дуже складно. Тому банки вимушені конкурувати між собою шляхом створення додаткових характеристик вже існуючих послуг, маніпулювання з ціною, покращення якості надаваних послуг тощо.

Після розгляду загального поняття конкурентоспроможності та особливостей ринку кредитних послуг, спробуємо виділити основні аспекти конкурентоспроможності банку на ринку кредитних послуг.

В економічній науці до цього часу залишається дискусійним термінологічний апарат з досліджуваної проблеми, практично жоден автор не дає визначення терміну «конкурентоспроможність на ринку кредитних послуг». Тому спробуємо дати визначення даному терміну. На нашу думку, конкурентоспроможність банку на ринку кредитних послуг – це здатність банку за допомогою власних конкурентних переваг витримати конкуренцію на ринку кредитних послуг з іншими банківськими та небанківськими установами, які задовольняють наявні потреби на споживчому цільовому ринку. Вона визначає потенційні і реальні можливості створювати і просувати на ринок конкурентні кредитні послуги, формувати позитивний імідж надійного і сучасного банку, що відповідає всім вимогам клієнтів.

Таблиця 1

Основні особливості кредитних послуг з точки зору конкурентоспроможності [4, с. 146]

Особливість	Пояснення особливості
Висока ризиковість	Кредитні послуги характеризуються такими властивостями, як неосяжність, неможливість накопичення і гарантії стабільності якості послуги. Тому сфера кредитних послуг вважається високоризиковою сферою діяльності.
Відсутність патентного захисту	Банки не мають можливості патентного захисту своїх послуг від конкурентів. Це означає, що банк, який винайшов нову послугу чи модифікацію вже існуючої, не зможе довгий час користуватися її конкурентними перевагами, оскільки інші банки через деякий час зможуть впровадити у свою діяльність таку ж послугу. Єдиним шляхом захисту власних конкурентних переваг для банку залишатиметься проведення постійного удосконалення послуги.
Абстрактність та договірний характер	Абстрактність і договірний характер кредитних послуг викликають необхідність роз'яснення клієнту їх змісту. Порівняно з іншими товарами та послугами визначення і зіставлення якості різних кредитних послуг вимагають від споживача досить високої економічної культури.
Значний вплив довіри населення	Значний вплив на вибір того чи іншого банку і, відповідно, послуг, які пропонуються, справляє довіра населення до банку. Якщо банк вважається ненадійним, то навіть пропозиція послуг за більш привабливу ціну не гарантує йому прихід нових клієнтів.
Висока оцінка якості	У банківській послугі окрім її прямої корисності споживачем високо оцінюється якість надання даної послуги. Особливу увагу споживач звертає на швидкість обслуговування, професіоналізм персоналу, рівень культури обслуговування, ступінь оснащення банку матеріально-технічними та організаційними засобами тощо. Всі ці складові формують позитивне чи негативне враження споживача про банк і впливають на перспективи подальшої його співпраці з банком.
Жорсткість регулювання	Можливість надання кредитних послуг жорстко регулюється державними органами і центральним банком. Тому при плануванні діяльності керівництво банку має бути впевненим, що протягом прогнозованого періоду законодавство, яке регулює питання видів банківської діяльності, буде стабільним і дозволить реалізувати обрану стратегію.
Жорстка регламентованість	Жорстка регламентованість видів банківської діяльності робить дуже складною розробку принципово нових послуг і отримання за рахунок цього конкурентних переваг. Тому застосування стратегії диференціації та її модифікацій як базової стратегії конкуренції у банківській сфері є дуже обмеженим. Виключення можуть складати лише спеціалізовані банки.
Пріоритет споживача	На ринку банківських послуг інтереси споживачів є пріоритетними у порівнянні з інтересами тих, хто створює і продає послуги. Банківська послуга повинна бути побудована таким чином, щоб в процесі її сприйняття, спілкування і виконання клієнт отримав економічний і моральний ефект.

Дослідивши, загальні особливості ринку кредитних послуг, зосередимо нашу увагу на основних особливостях конкурентоспроможності банків на ринку кредитних послуг. Оскільки вони стосуються саме ринку кредитних послуг, тому в деякій мірі мають подібний характер. Результати дослідження представлено на рисунку 1.

Специфіка банківської установи полягає в тому, що близько 90% його ресурсів формується за рахунок позичених та залучених коштів. Але можливості банків при залученні коштів не безмежні через обмеженість ресурсів та високий рівень конкуренції.

Тому конкурентоспроможність банку на ринку кредитних послуг буде залежати від можливості кредитувати, на що в свою чергу впливає низка факторів. Конкуренція на ринку кредитних послуг банків значно загострюється через появу на ринку небанківських фінансово-кредитних установ які пропонують споживачам послуги, аналогічні банківським та використовуючи при цьому власні, нетрадиційні моделі і цей фактор обов'язково потрібно враховувати при розробці стратегій конкуренції. Дослідження показали, що запорукою конкурентоспроможності суб'єкта конкурентної боротьби є наявність у нього стійких конкурентних переваг. Конкурентоспроможність є результатом, що фіксує реалізацію наявних конкурентних переваг [3, с. 146].

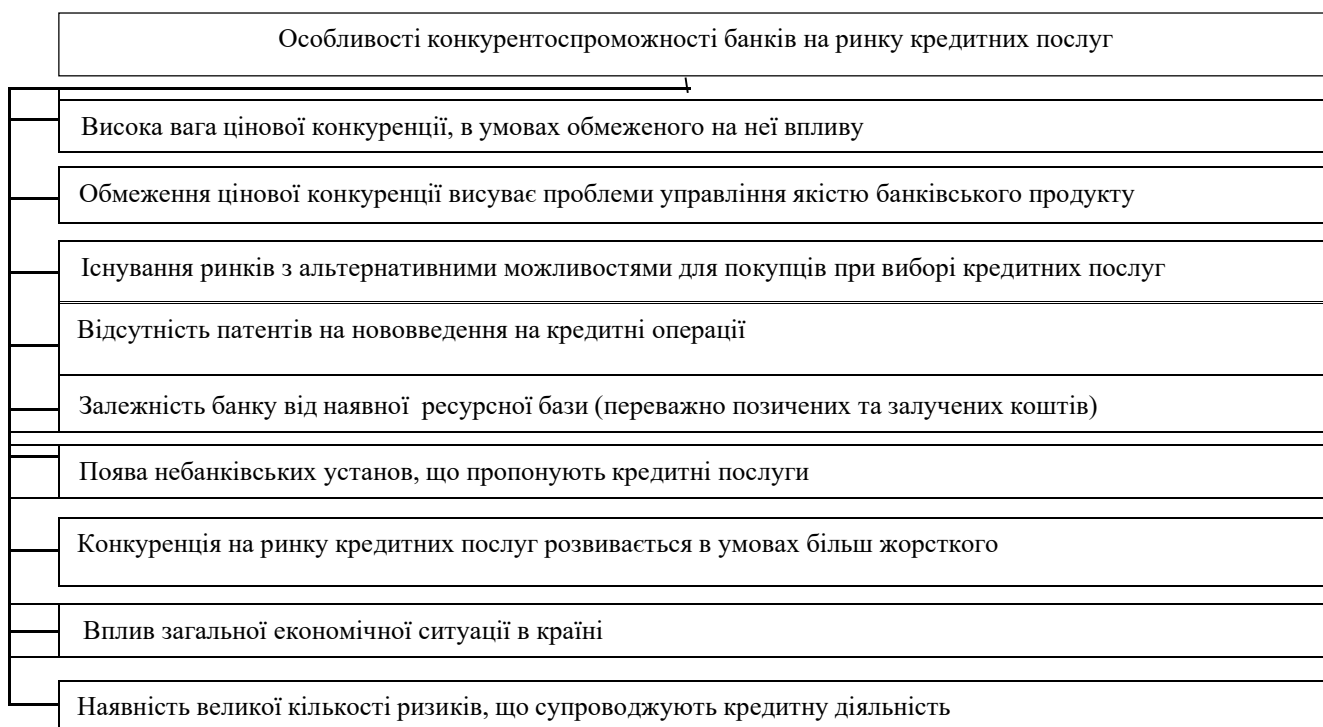


Рис. 1. Особливості конкурентоспроможності банків на ринку кредитних послуг*

*Примітка: розроблено автором на основі [4, с. 147]

Виходячи з рис. 1. бачимо, що особливістю конкурентоспроможності банків на ринку кредитних послуг є те, що основна увага клієнтів зосереджена саме на ціні послуги, оскільки позичальник перш за все зацікавлений мінімізувати власні фінансові витрати та отримати вигоду в розрізі співвідношення «час-ціна». Тому банки, при виборі конкурентної стратегії значну увагу приділяють застосуванню прийомів цінової конкуренції.

Але, враховуючи певні обмеження, що існують при варіюванні ціни (наприклад, обмеження з боку НБУ), важливу роль також відіграють нецінові фактори, такі як якість та швидкість надання послуги, сервіс, наявність супутніх послуг, кваліфікація та поведінка персоналу, територіальні зручності тощо.

Висновки. Таким чином, проаналізувавши поняття конкурентоспроможності та її особливості на ринку кредитних послуг, можна сказати що базовою складовою системи забезпечення конкурентоспроможності банку є наявність конкурентних переваг, які дозволяють виокремити його на ринку банківських послуг у порівнянні з прямими та потенційними конкурентами та забезпечити успішне функціонування та розвиток у конкурентному середовищі. Використання одного чи декількох напрямів досягнення конкурентних переваг дозволить банкові обійти конкурентів та підвищити рівень своєї конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Гладинець Н.Ю. Конкурентоспроможність комерційного банку: теоретичні аспекти та підходи до визначення / Н.Ю. Гладинець // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015 - Випуск 4 – С.814-819 - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/4-2015/172.pdf>
2. Онисько А. Аналіз і механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Управління в сучасних умовах: новітні підходи та проблеми практики. Тернопіль : ТНЕУ, 2012. - 210 с
3. Лановська Г. І. Кредитні відносини банківських установ з підприємствами як необхідна умова розширеного відтворення / Г. І.Лановська // Науковий вісник Ужгородського національного університету . – 2016. - Випуск 10. - Частина 1. – С.146-149
4. Сергєєва О.С., Сівкова К.О. Зниження доходів населення як визначальний чинник розвитку кредитних послуг банків для населення [текст] / О.С. Сергєєва // Регіональна економіка та управління. – 2016. - №1 (08) – 182 с.

ФУНКЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ ОРГАНІЗАЦІЇ

Сучасний світ знаходиться на порозі четвертої промислової революції, в межах якої відбувається процес формування суспільства знань та Індустрії 4.0, де диджиталізація супроводжується виникненням нових професій, що вимагають нових знань та вмінь. За таких умов використання концепції управління знаннями в стратегічному управлінні організаціями не лише заохочується, але є гострою необхідністю [1]. Тому вміння не лише обрати оптимальний портфель стратегій управління знаннями, але й забезпечити його реалізацію для організацій на сьогодні є надзвичайно важливим.

Для можливості належного функціонального забезпечення реалізації стратегій управління знаннями в організації, на нашу думку, доцільно використовувати системний та процесний підходи, що поєднує процеси і підпроцеси трансформації знань як всередині організації, так і за її межами, і відповідає ідеї участі знань у створенні споживчої вартості в цій організації. Схема процесу функціонального забезпечення реалізації стратегій управління знаннями в організації на рис.1.

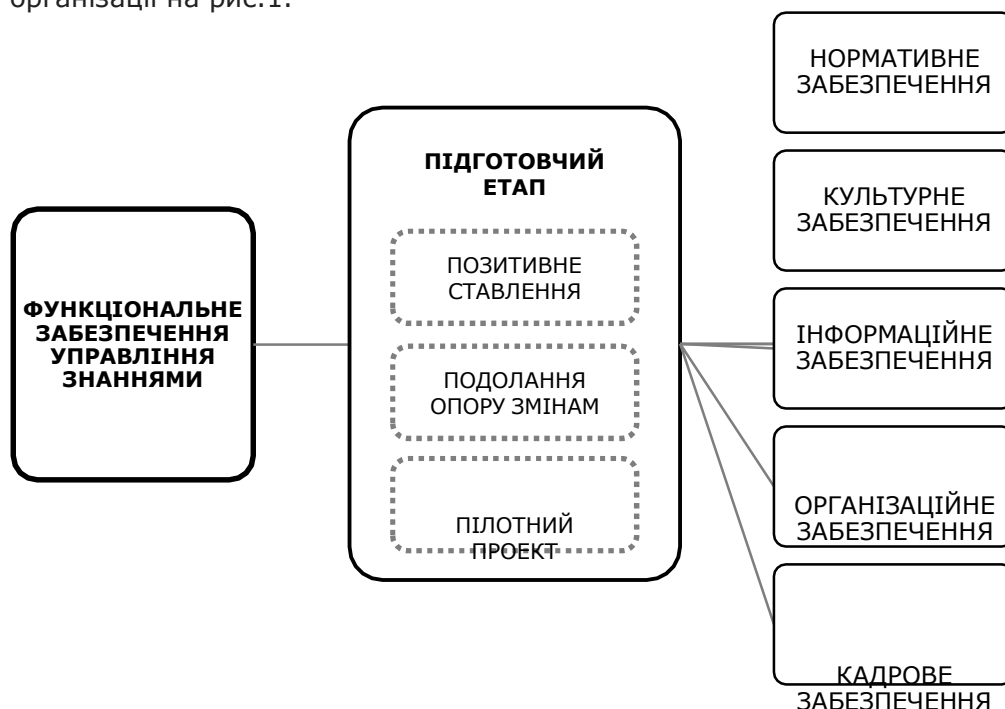


Рис.1. Функціональне забезпечення реалізації стратегії управління знаннями в організаціях

Джерело: розроблено автором

Як видно з рис.1, формування функціонального середовища для реалізації стратегії управління знаннями передбачає не просто створення відповідної одиниці в структурі управління, а впровадження управління знаннями є організаційною зміною та інновацією. Тому критично важливим при цьому є поступове адаптування організаційної структури, культури та інформаційної системи всієї організації до нових ініціатив, що передбачає *підготовчий етап*.

Формування позитивного ставлення та робота з опором змінам передбачає вирішення психологічних та навчальних завдань у сфері управління знаннями, в основу чого має бути покладено принцип прозорості та підтримка топ-менеджменту організації.

Реалізація пілотного проекту спрямована на створення функціональних умов для реалізації стратегії управління знаннями у межах однієї ланки ланцюга створення споживчої вартості (одна команда чи відділ). Оцінювання його результатів є обов'язковим, після чого коригуються стратегії управління знаннями або здійснюється поширення успішних практик на всю організацію.

Наступним етапом у запропонованій послідовності є вже безпосередньо функціональне забезпечення управління знаннями, що передбачає нормативне, культурне, інформаційне, організаційне та кадрове забезпечення (рис.1).

Першим кроком при цьому має бути нормативне забезпечення, в межах якого складається програма управління знаннями відповідно до обраного портфелю стратегій та бюджету.

Організаційне забезпечення управління знаннями складається із сукупності організаційних рішень на всіх етапах формування управління знаннями (створення команди управління знаннями, формування спільнот практик та інших).

Особливе місце серед елементів управління знаннями належить розвитку кадрів, який передбачає реалізацію двох процесів: забезпечення інтелектуальними ресурсами та навчання співробітників. Ці завдання можна реалізувати шляхом поєднання підходів самонавчальної організації [2] та «подвійної петлі навчання» [3].

Формування відповідної організаційної культури є однією з найважливіших складових формування успішного управління знаннями. При цьому основне завдання полягає у створенні такої корпоративної культури, яка б заохочувала співробітників до неперервного розвитку та обміну знаннями. На нашу думку, в основі побудови такої культури має бути культура взаємної довіри та поваги [4].

Сьогодні бізнес-світ живе в тій реальності, коли ключову роль у бізнесі для забезпечення всіх процесів, і тим більше, процесів трансформації знань грають інформаційно-комунікаційні технології. Тому обов'язковою умовою реалізації управління в організації є інформаційне забезпечення. В управлінні знаннями найбільш поширеними є наступні ІКТ: системи е-навчання, хмарні централізовані репозиторії знань, системи зберігання даних, автоматизовані системи прийняття рішень на основі штучного інтелекту, засоби для організації спільної роботи; системи управління документообігом; рішення для оцінки та обліку інтелектуального капіталу компанії; продукти та рішення для управління зовнішніми інформаційними потоками.

Отже, нами подано комплекс заходів щодо функціонального забезпечення реалізації стратегії управління знаннями в організаціях, що дозволить останнім бути інноваційнішими, досягати кращих результатів, вдосконалювати їх процеси та розвивати потенціал людського капіталу [5].

Список використаних джерел

1. Črešnar, R., Nedelko, Z., & Jevšenak, S. (2019). Strategies and Tools for Knowledge Management in Innovation and the Future Industry. In Almeida, H. (Eds.) *The Role of Knowledge Transfer in Open Innovation* (pp.179-202). Portugal: IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5849-1.ch009>.
2. Senge, P. (1990). *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*. NY, Doubleday.
3. Argyris, C., & Schon, B. (2007). *Organizational Learning: A Theory of Action Perspective*. Addison Wesley Publishing Company.
4. Adizes, I. (1992). *Mastering Change: The Power of Mutual Trust and Respect Hardcover*. The Adizes Institute.
5. Mardani, A., & Senin, A. (2018). The effect of knowledge management, organizational culture and organizational learning on innovation in automotive industry. *Journal of Business Economics and Management*, 19 (1), 1–19, <https://www.researchgate.net>.

УДК 658.016.8:005.334

КРАСНЯНСЬКИЙ Д.

студент кафедри фінансів

Науковий керівник – д.е.н., проф. Лапко О.О.

Міжнародний університет фінансів

АНТИКРИЗОВА ПРОГРАМА ПІДПРИЄМСТВА: МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ВИКОНАННЯ

Проблематика ідентифікації та подолання кризових явищ на підприємствах України і досі має актуальність. Перехід економіки України на ринкові принципи функціонування супроводжувались нестабільністю та постійними змінами, що призвели до економічних криз

кінця XX – початку XXI століття. Нестабільність та кризовий стан економіки негативно вплинули на всі сфери суспільного та економічного життя країни, що підсилювалось нестабільною політичною ситуацією в країні. Це обумовило актуальність обраної теми дослідження, а саме – визначення методичних основ розробки та виконання антикризових програм підприємств.

За останні 20 років проблематиці антикризової діяльності присвячено багато робіт науково – методичного, прикладного та навчального характеру. Серед відомих дослідників проблематики антикризової діяльності та антикризового управління слід назвати таких вітчизняних та закордонних вчених, як Беляєв С.Г., Крутько В., Куїн Р.Е., Кім К., Мастенбрук У., Поляков Б.М., Терещенко О.О., Хіт Р., Шершньова З.Є. та ін. Кожен з них зробив вагомий внесок у розвиток антикризового управління. Проте, на наш погляд, недостатньо уваги приділено змістовним характеристикам, структурі, методичним питанням розробки та виконання антикризової програми. Навіть Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» не містить усебічних рекомендацій щодо змісту та структури програми санації підприємств.

Для подолання кризи потрібно мати план послідовних дій, тобто антикризову програму, яка буде мати актуальність не лише у період кризи, але і в стабільний період для нормального функціонування підприємства. Програма антикризових заходів - це спеціально підготовлений та розроблений документ, у якому систематизовано викладається перелік основних заходів, який потрібно здійснити у межах підприємства, його структурних підрозділів та функціональних служб для досягнення поставленої мети - виведення підприємства з кризового стану. Його розробка передбачає як велику дослідницько-аналітичну та планову роботу, так і організаційно-економічне, соціальне забезпечення.

Кожне підприємство – унікальна відкрита соціально-економічна система, що сприймає впливи зовнішнього середовища, в тому числі й кризоутворювальних явищ, тому керівники та власники мають обґрунтовувати не тільки зміст, але й послідовність здійснення антикризових дій. Для використання науково обґрунтованого підходу подолання криз необхідно розробляти відповідну концепцію. Концепція подолання кризи визначає загальну систему дій, спрямованих на обґрунтування та досягнення поставленої мети – подолання взаємопов'язаних кризових явищ, передбачає використання найбільш загальних підходів, засобів, методів та інструментів антикризового управління [2].

План антикризових заходів розроблюється на підставі програми й являє собою форму її конкретизації та трансформації в детальний план проведення фінансового оздоровлення підприємства, який має містити перелік конкретних заходів, строки початку та закінчення, необхідні ресурси (кошти) та очікуваний результат реалізації, а також визначати відповідальну особу та виконавців.

Програма та план антикризових заходів мають задовольняти наступні вимоги:

- забезпечувати комплексне вирішення питань фінансового оздоровлення та відновлення працездатності цілісного організму підприємства;
- бути підпорядкованими стратегічним інтересам підприємства і привабливими для власника, керівництва, персоналу підприємства;
- бути привабливими для зовнішніх інвесторів та забезпечувати за-лучення зовнішніх коштів, необхідних для їх здійснення;
- встановлювати цілі, які кількісно вимірюються та можуть контролюватися;
- містити рішення, що усувають існуючі проблеми і загрозу для функціонування підприємства;
- конкретизувати завдання в розрізі структурних підрозділів та функціональних служб підприємства;
- передбачати змістовні (кількісні та якісні) наслідки запропонованих заходів, можливі терміни їх отримання.

Виходячи зі встановлених вимог, вважається доцільним такий формат (структура) програми (плану) фінансового оздоровлення [3]:

1. Загальна характеристика стану кризи, основних причин, що її обумовили та проблем, що потребують розв'язання.

2. Цільові параметри антикризового процесу, тобто якісне визначення цільового стану підприємства та його кількісні ознаки у вигляді певної системи цільових (планових) показників

(встановлені цільові параметри в подальшому використовуються для моніторингу перебігу реалізації програми та дають можливість визначити ступінь досягнення поставлених цілей).

3. Обмеження антикризового процесу (часові та ресурсні).

4. Перелік антикризових заходів, що плануються, з визначенням детального плану-графіка реалізації кожного з них (з конкретизацією завдань по підрозділах та виконавцях).

5. Бюджет витрачання коштів на реалізацію програми (плану), якщо планові заходи потребують додаткового фінансування певних специфічних витрат.

6. Фінансовий план діяльності підприємства на період реалізації програми, в тому числі план обслуговування та погашення боргів, план руху грошових коштів.

7. Форми та механізм контролю за реалізацією програми з боку зацікавлених сторін (власників, кредиторів, органів державного управління тощо), їх повноваження щодо поточного управління реалізацією програми (плану).

Розроблена таким чином програма (план) фінансового оздоровлення за потреби стає необхідним підґрунтям для підготовки інших похідних документів: бізнес-плану фінансового оздоровлення та плану санації підприємства.

Більшість так званих антикризових програм являють собою не більш, ніж декларації про наміри і не мають практичного спрямування. Всі перетворення на підприємстві навіть в умовах кризи необхідно здійснювати без втрат керованості, особливо у разі переходу до якісно нової виробничо-управлінської системи, що не повинно означати перерву в еволюції розвитку підприємства. Це може бути забезпечено шляхом поєднання цільового та системного підходу до розробки та виконання антикризової цільової програми. Наявність такої програми дозволить визначити послідовність дій підприємства в умовах попередження та /або подолання кризи, закласти основу для здійснення організаційно-практичної роботи з оздоровлення підприємства. Для створення якісної, науково обґрунтованої програми необхідно розробляти відповідний пакет методичних матеріалів, що має відображати як теоретико – методичні засади програмно-цільового планування, так й галузеві, організаційно-правові специфічні особливості підприємства, для якого розробляється антикризова програма [4]. Антикризова програма може слугувати поштовхом для підприємств, що не впровадили систему антикризового управління почати таку роботу.

Кризові явища в економіці України спонукають до системних наукових досліджень у напрямку адаптації загальних підходів програмно-цільового планування та управління до специфічних за змістом та структурою антикризових програм національного, регіонального та галузевого рівнів. Розробка цілісної системи взаємопов'язаних антикризових програм різного рівня дозволить пришвидшити процес подолання кризи, а накопичений в цьому процесі досвід сприятиме постійній розробці повномасштабних альтернативних антикризових програм, які запобігатимуть розвитку тяжких криз. Антикризові програми мають відігравати роль альтернативних стратегічних програм, які «включатимуться» у разі песимістичного розвитку подій.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом». Вісник Верховної Ради України. 1999. № 42. С. 43.

2. Терещенко О.О. Антикризове фінансове управління на підприємстві: Монографія – 2-ге вид. Київ: КНЕУ, 2006. 268 с.

3. Антикризове управління підприємством: Навчально-методичний посібник для вузів / За заг. ред. З.Є. Шершньової. Київ: КНЕУ, 2007. 680 с.

4. Шершньова З.Є. Методологічні основи формування цільової програми «Реструктуризація на підприємствах». *Вчені записки*. Київ: КНЕУ, 1998. № 1. С. 89 – 97.

МІЖНАРОДНА ФІНАНСОВА ІНФРАСТРУКТУРА В УКРАЇНІ

Сьогодні розуміння гостроти і необхідності вирішення економічних, політичних, соціальних, екологічних та багатьох інших проблем, все більше набуває глобального характеру, стає актуальним у всіх країнах світу. Універсальність та взаємозумовленість цих проблем дозволяють створювати загальні пропозиції та заходи, незалежно від географічного розташування країн та рівня їх економічного розвитку. Разом з тим різні країни світу мають далеко не однакові можливості самостійно реалізувати програми з вирішення тих чи інших проблем. Тому важливу роль відіграють міжнародні відносини та міжнародне співробітництво.

На сьогоднішній день ряд міжнародних організацій надають підтримку Україні, найважливішими напрямками якої є підтримання міжнародного миру та безпеки, зміцнення верховенства права у міжнародних відносинах, розвиток співробітництва у вирішенні проблем соціально-економічного та гуманітарного характеру, забезпечення прав людини. Ефективність діяльності цих організацій в значною мірою залежить від взаємодії з урядом [1].

Провідними та одними з основних партнерів фінансової підтримки для України є: Міжнародний валютний фонд, Світовий Банк та Європейський банк реконструкції та розвитку. Пріоритетні напрямки співробітництва цих організацій з Україною визначаються у відповідних Стратегіях допомоги Україні – середньострокових програмах, що визначають обсяг, структуру, загальні принципи діяльності в Україні, та затверджуються Радами Директорів цих самих організацій.

Міжнародний валютний фонд (далі – МВФ). Україна стала членом МВФ відповідно до Закону України «Про вступ України до Міжнародного валютного фонду, Міжнародного банку реконструкції та розвитку, Міжнародної фінансової корпорації, Міжнародної асоціації розвитку та Багатостороннього агентства по гарантіях інвестицій» від 3 червня 1992 р. [1].

Починаючи з 1994 року Україна співпрацювала з МВФ за програмою системної трансформаційної позики. МВФ надавав кредити, головною метою яких була підтримка курсу національної валюти і фінансування дефіциту платіжного балансу України. Наприкінці 2002 року Кабінет Міністрів України прийняв рішення, що подальший формат співробітництва України з МВФ передбачатиме співпрацю на без кредитної основі, в рамках річної програми «попереджувальний стенд-бай», яка 29 березня 2004 року була затверджена Радою Директорів МВФ. Ця програма надавала можливість отримати від МВФ зарезервований кредит СПЗ (30% квоти України), у випадку погіршення ситуації з платіжним балансом або валютними резервами країни [2].

У зв'язку з розгортанням повномасштабної кризи в 2008 році на світових фінансових ринках та їх впливу на економіку країни, Україна подала заявку на отримання нової програми співробітництва «Стенд-бай», і 5 листопада 2008 року Рада директорів МВФ ухвалила надання

дворічної програми загальним обсягом в 80,2% від квоти України в МВФ. СПЗ були в терміновому порядку зараховані до золотовалютних резервів Національного банку України [3].

30 квітня 2014 року, після завершення Революції гідності та приходу до влади в Україні нового Уряду та виконання попередніх умов, МВФ ухвалив надання Україні нової позики «Стенд-бай», але влітку 2014 року макроекономічні показники, закладені у програму, було значно відкореговано через розгортання в Україні масштабної економічної кризи на фоні російської агресії на сході України. З огляду на це, на запит українського уряду, вже 11 березня 2015 року МВФ ухвалив заміну програми «Стенд-бай» на нову, чотирирічну Програму «Механізм Розширеного Фінансування»[3].

Після формування Уряду України наприкінці серпня 2019 року, Українська сторона ініціювала переговори з МВФ стосовно нової Програми з метою підтримки впровадження реформ. 07 грудня 2019 року між Україною та МВФ досягнуто згоди на технічному рівні (Staff Level Agreement) щодо нової трирічної Програми МВФ.

У травні 2020 року, в умовах невизначеності внаслідок пандемії коронавірусу, МВФ змінив підходи до виділення коштів країнам-членам у напрямку допомоги в рамках короткострокових інструментів. У зв'язку із цим, перемовини щодо започаткування нової програми продовжились в контексті програми «Стенд-бай», що була розписана на 18 місяців.

Ця програма «Стенд-бай» 2020 зосереджена на ключовому завданні – підтримка макроекономічної та фінансової стабільності і охоплюватиме, серед іншого такі сфери як: фінансова політика; монетарна політика; політика фінансового сектору; енергетична політика та антикорупційна політика [3]. На рисунку 1 можна розглянути динаміку наданих кредитів МВФ Україні в період 1994 – 2020 рр.

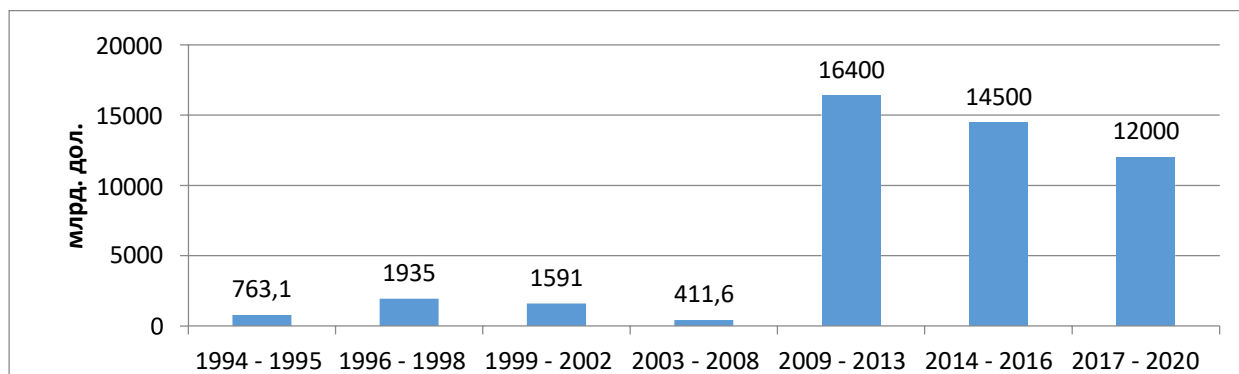


Рис. 1. Динаміка наданих кредитів Україні в рамках співробітництва з Міжнародним валютним фондом у період з 1994 по 2020 рр.

12 лютого 2021 року МВФ офіційно припинила роботу в Україні, в зв'язку з невиконанням Урядом України умов програми співробітництва з МВФ та відсутністю результатів [4].

Світовий банк (далі – СБ) є другим, після МВФ, кредитором України. З вересня 1992 р. Міністр фінансів України підписав оригінал (від 1945 року) «Статей Угоди» – Статуту Міжнародного банку реконструкції та розвитку (МБРР) – на церемонії у Вашингтоні. Україна стала 167-м членом Світового банку з оформленням підписки на 908 акцій (на суму 1315,9 млн. дол. США) його акціонерного капіталу [5].

З того часу Світовий банк підтримував програму діяльності Уряду України, надаючи позики на реформування державного сектору, здійснення реформ в аграрному, енергетичному, фінансовому та соціальному секторах, приватизацію та реструктуризацію підприємств, а також на охорону довкілля.

Наслідком партнерських взаємин між Україною та СБ після 1992 р. стали спільні проекти, що сприяють удосконаленню державного і приватного секторів, підвищенню ефективності сільського господарства і енергетики, захисту довкілля та зміцненню соціального сектору.

Важливе значення має Проект «Розвиток системи казначейства», сума проекту 16,4 млн. дол. США, метою якого було створення розвинутої комп'ютеризованої казначейської системи як ефективного інструменту виконання державного бюджету та управління державними коштами, став найбільш успішним та результативним, який визнається Всесвітнім банком та МВФ.

Проект «Модернізація податкової служби», сума позики 40,0 млн. дол. США, завданнями якого проекту є: забезпечення умов для добровільного виконання вимог податкового законодавства платниками податків; забезпечення повного і своєчасного надходження податків і зборів до бюджету [6].

СБ та Уряд України впровадили Концепцію партнерства з Україною на 2017-2021 роки, яка має на меті надання підтримки Україні в забезпеченні стійкого відновлення економіки, від якого отримає вигоду все населення України. Нова Концепція партнерства орієнтована на підвищення ефективності функціонування ринків, створення належних умов для забезпечення фінансової та фінансової стабільності, а також на підвищення якості надання послуг для всього населення України.

Станом на 1 лютого 2021 р. на стадії реалізації знаходиться 11 інвестиційних проектів та 1 системний проект на суму 3 093,04 млн дол. США [3].

Світовий банк здійснив вже четверту оцінку ДВФП в Україні. Попередні оцінки проводились у 2006, 2011 та 2015 роках; результати попередніх оцінок взяті за основу стратегії реформування системи управління державними фінансами України на 2017-2020 роки. Результати ж поточної оцінки закладають основу нової стратегії реформування Уряду України на 2021-2024 роки.

Європейський банк реконструкції та розвитку (далі – ЄБРР). Відповідно до Указу Президента України «Про членство України в Європейському банку реконструкції та розвитку»

від 14 липня 1992 року №379/92 в серпні цього ж року Україна підписала статутні документи ЄБРР та прийняла відповідні умови та обов'язки члена цієї міжнародної фінансової інституції, завдяки чому набула статусу країни-члена Європейського банку реконструкції та розвитку (далі ЄБРР або Банк) [7].

ЄБРР не фінансує витрати державного бюджету, а здійснює фінансування тільки інвестиційних проектів розвитку у приватному та державному секторі.

Фінансуючи проекти у приватному секторі, ЄБРР використовує, як правило, кредити (включно зі співфінансуванням), акціонерні інвестиції та гарантії. При фінансуванні проектів у державному секторі, переважно інфраструктурних, надаються зазвичай кредити під суверенну гарантію.

Кредити в цілому мають такі параметри: строк 7-10 років для приватного сектора та 10-15 років – для державного; пільговий період – 3 роки, процентна ставка – ЛІБОР +1% (при фінансуванні проектів під державні гарантії) та ЛІБОР плюс фіксована маржа, яка залежить від оцінки Банком кредитного ризику позичальника та країни (для приватного сектора). Кредити під державні гарантії є, як правило, не забезпеченими, на відміну від кредитів клієнтам із приватного сектора [8].

Станом на початок лютого 2021 року сукупний обсяг виділених кредитних коштів Україні становить 14,5 млрд євро в рамках 486 проектів. На стадії реалізації знаходиться 9 спільних з ЄБРР проектів загальним обсягом позик 1851,0 млн євро. Обсяг використання коштів позик ЄБРР за цими проектами станом на 01.02.2021 – 932,15 млн євро (50,36 % загальної суми позик) [3].

Співробітництво з міжнародними фінансово-економічними організаціями є посилюючим фактором у залученні зовнішніх державних позик для вирішення завдань інвестиційно-інноваційного розвитку національної економіки України. Інвестиції міжнародних організацій у державний та приватний сектори країни створюють належні умови для розвитку підприємництва, сприяють підвищенню темпів економічного зростання у різних періодах.

Партнерство з цими інституціями надає можливість приймати участь у визначенні нових завдань і напрямів розвитку світової економіки, посилює роль держави у становленні світових валютно-фінансових відносин. Зовнішні державні запозичення відображаються як кошти, що надходять до державного бюджету і використовуються як видатки державного бюджету. Важливим є посилення контролю за їх використанням, забезпечення обліку за загальним обсягом державного боргу країни та, відповідно, утримання його на законодавчо визначеному рівні, що забезпечує можливість управління державним боргом.

Список використаних джерел

1. Верховна Рада України: Офіційний сайт. URL: <http://www.rada.gov.ua/>.
2. Міжнародний валютний фонд : Веб-сайт. URL : <http://www.imf.org/>.
3. Міністерство фінансів України : Офіційний сайт. URL : <http://www.mof.gov.ua/>.
4. Вінокуров Я. МВФ поїхав, але ви тримайтеся : чому Україна не отримала грошей та у що це виллється. Економічна правда. Веб-сайт. URL : <https://www.epravda.com.ua/publications/2021/02/16/671059/>.
5. Про Міжнародний Банк Реконструкції та Розвитку : Стаття Угоди 1945 р / Верховна Рада України. Київ : Відомості Верховної Ради України (ВВР), Редакція від 30.01.2009, підстава – 996_068 (Закони України).
6. Світовий банк : Веб-сайт. URL : <http://www.worldbank.org/>.
7. Угода про заснування Європейського банку реконструкції та розвитку / Верховна Рада України. Київ : Відомості Верховної Ради України (ВВР), Редакція від 30.09.2011, підстава – 985_027, 985_028 (Закони України).
8. Колосова В. П. Міжнародні фінансові інституції в умовах фінансової глобалізації : Дослідження міжнародної економіки : збірник наукових праць. Вип. 1(66). Київ : ICEMB, 2011. 246 с.

КРЕЙДИЧ І.М.,
д.е.н., професор, зав. кафедри теоретичної та прикладної економіки,
КПІ ім. І. Сікорського

ТОВМАСЯН В.Р.,
докторант,
ПВНЗ «Європейський університет»

СТРУКТУРА ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Категорія «фінансова політика» є складною системою, елементи якої знаходяться у взаємодії, а відтак, дана система набуває власних специфічних характеристик в процесі їх поєднання. Не будь-який елемент можна відокремити від системи, а відокремивши, можна втратити певну частину його системних властивостей, а отже, застосування класичного редукціонізму, досі властивого економічній теорії зокрема, не виявляється доцільним. Властивості системи не утворюються додаванням властивостей її елементів, і не дорівнюють їх сумі, так само, як і виділення окремого елемента для аналізу не дає об'єктивних знань про систему, або про нього як частини системи. Оскільки фінансова політика є інструментом реалізації фінансового менеджменту, вона має розглядатись виходячи із функцій, які вона виконує, виступаючи елементом цієї системи, одночасно генеруючи специфічні властивості досліджуваної категорії.

Фінансова політика підприємства, реалізуючи управлінську сутність фінансового менеджменту проявляється в управлінській свідомості, що є найвизначальнішим структурним елементом даної системи (рис. 1).



Рисунок 1 — Структура фінансової політики підприємства
 (розроблено автором)

Являючи собою систему знань, досвіду, уявлень, ідей, поглядів, підходів, інтерпретацій дійсності, належних конкретному індивіду і невідокремлюваних від нього, його переконань, емоцій, способу мислення, гносеологічно, *управлінська свідомість* утворює суб'єктивний і суб'єктний фундамент фінансової політики підприємства. Вона формується і набуває нових рис в ході пізнання і перетворення індивідом керованої ним системи, а відповідно, виступає одночасно результатом і, власне, процесом усвідомлення його управлінської діяльності. Саме управлінська свідомість надає процесу прийняття рішень цілеспрямованого характеру і проявляє його аспектно особливості як політичного явища в усвідомленні індивідом власних повноважень і використанні експертного знання в процесі формування фінансової політики підприємства.

Управлінський процес – це сукупність напрямів діяльності суб'єктів фінансової політики, що охоплюють всі стадії її формування та імплементації і спрямовані на досягнення її цілей. В рамках фінансової політики підприємства, на наше переконання, управлінський процес, фактично, означає відповідність суб'єктів фінансової політики їх повноваженням в системі рішень і альтернатив, яких вони безумовно мають дотримуватись, формуючи, тим самим, підґрунтя для вбудованої автоматичної системи контролю політичного процесу.

Управлінська діяльність являє собою сукупність дій суб'єктів управління в рамках фінансової політики підприємства, спрямованих на прийняття і практичну реалізацію управлінських рішень. Іншими словами, вона імплементує волевиявлення уповноважених в розрізі реалізації певних їх компетенцій з чітко вираженою домінантою управлінської свідомості.

Управлінська організація відображає ролі елементів фінансової політики підприємства, процесів в середині системи, взаємозв'язків визначаючи спрямованість політичного процесу. Вона стосується порядку і правил поведінки суб'єктів, дотичних до формування і імплементації фінансової політики підприємства; принципів, методів і положень організації управлінської діяльності в рамках фінансової політики; побудови дієвого процесного апарату розробки і втілення управлінських рішень; розподілу повноважень та інструкцій з реалізації управлінського впливу.

Управлінські відносини виникають в процесі взаємодії суб'єкта і об'єкта управління і являють собою особливу систему інформаційних потоків. Як зазначалося раніше, управління являє собою процес одночасного пізнання і перетворення системи, що піддається його впливу. Тобто, власне, воно являє собою циклічний процес перетворення статичної інформації про об'єкт управління на динамічну керівну інформацію для нього, формуючи тим самим прямі і зворотні інформаційні потоки, як базу управлінських відносин. До інформаційних потоків прямого зв'язку відноситься ухвала управлінських рішень, зворотного – інформація про стан об'єкта до та після прийняття управлінського рішення (їх сукупності), а також, в процесі його імплементації. Належне впорядкування інформаційних потоків системи надає можливості своєчасного отримання даних про стан об'єкта управління і дозволяє забезпечення оперативного реагування на його зміну, відповідно до цілей фінансової політики підприємства.

Структурні елементи фінансової політики підприємства у своєму взаємозв'язку виконують завдання комплексного процесного втілення фінансового менеджменту підприємства в розрізі формування і реалізації його фінансової політики.

УДК 658:0048.1

МІЩЕНКО М. М.

Студент факультету фінансів та обліку

Науковий керівник – к.е.н., доц. Маслова Н.О.

Київський національний торговельно-економічний університет

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДО ОЦІНКИ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОСМОЖНОСТІ БАНКІВ

Створення ефективної банківської системи неможливо без функціонування конкурентоспроможних банківських структур. Досліджуючи суть банківської конкуренції та конкурентоспроможності банків необхідно відрізнити класичну конкуренцію товаровиробників від конкуренції між банківськими установами. Саме тому, доцільно виділити особливості банківської конкуренції [1]:

- об'єктом конкуренції є не товари, а банківські ресурси, які сформовано банком для здійснення операцій;
- банк на ринку може виступати, як продавець, так і покупець;
- виробництво і реалізація банківських та фінансових послуг, що надаються банками, можуть бути зосереджені в одному банку без залучення зовнішніх каналів збуту;
- діяльність банків та їх установ суворо регулюється НБУ;
- конкурентна боротьба відбувається не лише між банківськими установами, а й між банківськими та небанківськими фінансовими установами.

Вивчаючи існуючі підходи до визначення поняття «банківська конкуренція», на нашу думку, уточнення потребує ідентифікація суб'єктів даних відносин. Так, згідно Закону України «Про банки і банківську діяльність», банківська система України складається з Національного

банку України та інших банків, а також філій іноземних банків, що створені і діють на території України відповідно до даного закону. Вона представлена на ринку банківських послуг, на ринку фінансових послуг та фінансовому ринку загалом. Здійснюючи свою діяльність на даних ринках, банки вступають у конкурентні відносини або лише з банками (ринок банківських послуг), або також конкурують з іншими фінансовими установами (ринок фінансових послуг та фінансовий ринок) [2].

Сутність конкурентоспроможності банку проявляється у таких аспектах:

- складну ринкову характеристику банку, значно ширшу від поняття його надійності;
- здатність банку діяти на ринку аналогічними конкуруючими об'єктами ;
- потенціал банку для досягнення його конкурентних переваг на ринку роздрібних послуг;
- ступінь привабливості банку для вже існуючих та потенційних клієнтів;
- швидкість подолання банком негативних непередбачуваних факторів, які можуть призвести до фінансових витрат;
- вигідність його позицій за кількісними та якісними показниками.

Підходи до оцінювання конкурентоспроможності банку доцільно розглядати на двох рівнях [3]:

- на рівні банку як установи, що означає порівняння його з банками-конкурентами по цілій низці критеріїв, серед яких: надійність, стійкість, відомість, обсяг діяльності (капіталу, активів, пасивів, кредитів, депозитів тощо), якість продуктових портфелів, кількість клієнтів, прибутковість, рентабельність, рейтингова позиція тощо;

- на рівні банківської послуги, що означає порівняння її з аналогічними послугами банків-конкурентів по наступним критеріям: умови, тарифи, умови обслуговування тощо.

Слід зазначити, що до цього часу не розроблено уніфікованої методики оцінювання конкурентоспроможності банку та банківських послуг, що обумовлене складністю та різноплановістю продуктового ряду більшості банків. Більшість методів, які застосовуються для оцінювання рівня конкурентоспроможності банківських послуг, початково розроблена для інших сфер економіки.

Диференціальний метод проводиться з метою оцінювання впливу одиничного параметра, що визнається заздалегідь, на загальний рівень конкурентоспроможності банківської послуги. До одиничних параметрів відносять: ціну, географічне розміщення банку, якість обслуговування та багато інших. Цей метод має свої переваги перед двома іншими: по-перше, це відсутність складності в розрахунках, а по-друге – на базі отриманих результатів проводиться прогнозування рівня конкурентоспроможності банківських послуг за окремими параметрами на плановий період. Найбільш поширеним у науковому світі є підхід до оцінки конкурентоспроможності організації на основі їхньої ринкової частки, який також можна використати для оцінки конкурентоспроможності банку на ринку платіжних карток [4, с. 42]. Так, на основі вивчення наявних наукових підходів до групування досліджуваних методів всю сукупність наявних методів оцінювання конкурентоспроможності банку можна систематизувати таким чином (рис. 1).



Рис. 1. Система методів оцінювання конкурентоспроможності банку [4, с. 42]

Збільшення ринкової частки означає здатність банку впливати на ринок, що вважається свідченням високого рівня конкурентоспроможності. Високий рівень конкурентоспроможності банку створює передумови для збільшення його ринкової частки. Проте досягнення значної ринкової частки може бути короткостроковим, якщо для цього були знижені ціни на продукцію без відповідного рівня її собівартості. Має пройти певний час, щоб пересвідчитись, чи був дійсно конкурентоспроможним банк у досліджуваному періоді.

Методика оцінки конкурентоспроможності за ринковою часткою дає змогу за характером розподілу часток ринку виділити ряд стандартних положень його суб'єктів: аутсайтери; зі слабкою, середньою і сильною конкурентною позицією; лідери. Величина зміни ринкової частки надає можливість визначити групи господарюючих одиниць: з позицією, що швидко поліпшується; з позицією, що поліпшується; з позицією, що погіршується; з позицією, що швидко погіршується за конкурентними позиціями. Перехресна класифікація розмірчасток і їх динаміки дає можливість побудувати конкурентну карту ринку, на підставі якої легко встановити місце досліджуваного суб'єкта в структурі ринку, ступінь домінування на ринку, особливості розвитку конкурентної ситуації. Недолік методу полягає в тому, що не можна визначити причини визначеного стану банку, розробити необхідну стратегію банку на ринку [4, с. 47]. Водночас даний метод можна застосувати не лише до всієї організації, а й до конкретної послуги, у нашому випадку кредитної.

Іншою важливою ознакою конкурентоспроможності організації є ефективність її діяльності. Високий рівень ефективності ресурсів і витрат свідчить не лише про результативність конкурентних зусиль. Значна ефективність діяльності створює фінансовий потенціал для подальшого зростання ринкової частки організації, тим самим, його конкурентних можливостей. Цей метод буде доречний також для оцінки конкурентоспроможності банку на ринку платіжних карток, оскільки визначення прибутковості кредитних операцій та порівняння із банками-конкурентами не потребує великої кількості часу та зусиль, а отже є досить доступним для застосування.

Комплексний метод відрізняється від попереднього використанням методики оцінювання впливу групи показників. Найчастіше при використанні цього підходу для кожної

групи створюються інтегральні показники і проводиться порівняльний аналіз впливу кожного окремо на рівень конкурентоспроможності банківських послуг. Таким чином, отриманий результат дає змогу зробити висновки щодо взаємозв'язку конкурентоспроможності та інтегрального показника, а також визначити стратегічні орієнтири підвищення рівня конкурентоспроможності банківської послуги [5, с. 406].

Перевага цієї методики оцінки конкурентоспроможності послуг полягає у можливості розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності у числовому вимірі. Недоліком методики є те, що показник іміджу банку може бути визначений лише експертним шляхом.

В результаті проведеного дослідження наукових джерел, можемо стверджувати що у літературі значна увага приділяється аналізу конкурентоспроможності організації, а методи оцінки конкурентоспроможності банку досліджені значно менше. Існуючі методики мають не описовий, а конкретно-економічний, кількісний характер. Запропоновані різними авторами комплексні методики оцінки ще недостатньо удосконалені, складні в застосуванні та потребують доопрацювання. Проаналізувавши безліч методів, їх переваги та недоліки, можемо сказати, що для оцінки конкурентоспроможності банку доцільніше застосовувати систему показників, яка об'єднує всі необхідні параметри конкурентоспроможності: показники ефективності ресурсів і витрат, а також обсягів діяльності досліджуваного об'єкта.

Список використаної літератури

1. Руда О. Л. Сучасний стан банківської системи України та її конкурентоспроможність. Ефективна економіка. 2019. № 4. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7013>
2. Про банки і банківську діяльність : Закон України від 07.12.2000 №2121-III – URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>
3. Швед Т. В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / Т. В. Швед, І. С. Біла // Економіка і суспільство. – 2017. – №8. – С. 405-410.
4. Момот О. М. Методичний інструментарій оцінювання конкурентоспроможності банків. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 14. С. 41-47. – URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=6196&i=8>
5. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навчальний посібник / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась, О. С. Дуброва, А. В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.

УДК 658:0048.1

М'ЯЛОВСЬКА О. А.

*Студентка факультету фінансів та обліку
Науковий керівник – к.е.н, доц. Маслова Н.О.
Київський національний торговельно-економічний університет*

КЛАСИФІКАЦІЯ ІНСТРУМЕНТІВ ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКУ

Одним із основних факторів впливу на стабільність фінансової системи країни є грошово-кредитна політика, яка діє через систему інструментів та методів. Від ефективності використання монетарного інструментарію залежать результати щодо досягнення стратегічних цілей грошово-кредитної політики центрального банку, що надає можливості здійснювати ринкове регулювання економікою країни. Сьогодні на тлі реформування економіки країни, загалом, та банківської системи, зокрема, з метою інтеграції у європейський економічний простір саме питання ефективного використання грошово-кредитних інструментів набуває актуальності.

В економічній літературі існує кілька тлумачень дефініції «грошово-кредитна політика».

Глушенко С. В. трактує досить широко поняття грошово-кредитної політики, як «сукупності заходів держави у сфері грошового обігу та кредитних відносин, які здійснюються з метою впливу на кількість грошей, що перебувають в обігу» [1, с. 15]. Такий підхід, на нашу думку, не дозволяє виявити особливості грошово-кредитної політики та механізмів її реалізації.

Також, на своєму сайті НБУ визначає грошово-кредитну політику як «комплекс заходів у сфері грошового обігу та кредиту, спрямованих на забезпечення стабільності країни шляхом

використання визначених Законом України «Про Національний банк України» коштів і методів [2].

На нашу думку, більш доречно визначення цього терміну надав Адамик Б. П як «комплекс взаємопов'язаних заходів, спрямованих на досягнення певних цілей щодо регулювання грошового ринку, які проводить держава через свій центральний банк» [3, с.39].

Важливо зазначити, що у науковій літературі досі йде дискусія щодо тлумачення «грошово-кредитної» та «монетарної» політики і ми погоджуємось з авторами, що ототожнюють данні поняття.

Основними об'єктами грошово-кредитної політики виступають грошова маса, валютний курс, швидкість обігу грошей, процентні ставки. А базовими інструментами, відповідно до чинного законодавства є: норма обов'язкових резервів для банків; процентна політика; рефінансування банків, управління золотовалютними резервами, операції з цінними паперами на відкритому ринку; регулювання імпорту та експорту капіталу.

Класифікація інструментів монетарної політики наведена у табл 1.

Таблиця 1

Класифікації грошово-кредитних інструментів центрального банку*

Критерій	Інструменти	Приклади і використання
1. Характер впливу на грошовий ринок	Адміністративні (прямої дії)	Заходи спрямовані на обмеження сфери діяльності банківських установ (обмеження, ліміти, директиви)
	Ринкові (опосередкованої, непрямой дії)	Регулятивні засоби впливу центрального банку на ситуацію на грошово-кредитному ринку через пропозицію грошей
2. Спрямованість регулятивного впливу	Загальної Спрямованості	Поширюються на всі банки, на грошовий ринок в цілому
	Селективні	Поширюються на окремі банки або їх групи, на певні види банківської діяльності, на регулювання окремих видів кредиту
3. Характер впливу на ліквідність	Спрямовані на підтримання ліквідності	Політика рефінансування банків, купівля центральним банком цінних паперів на відкритому ринку
	Спрямовані на вилучення надлишкової ліквідності	Розміщення центральним банком депозитних сертифікатів, проведення операцій "зворотного" репо
4. Періодичність використання	Постійної дії	Використовується для проведення як активних, так і пасивних операцій (постійно діючі механізми рефінансування банків, механізм депонування надлишкових резервів банківської системи на рахунках у центрального банку)
	Разового Використання	Забезпечують досягнення проміжних цілей (розміщення центральним банком депозитних сертифікатів)

* складено автором на основі джерел [1], [4]

Як видно з табл 1, основні інструменти грошово-кредитної політики за характером впливу на грошовий ринок поділяються на дві групи: адміністративні та ринкові. Для початку розглянемо детальніше адміністративні знаряддя монетарного регулювання центрального банку.

Перша група, адміністративні (прямого контролю) інструменти монетарної політики, як правило, мають форму директив, інструкцій, що видаються центральним банком і спрямованих на обмеження сфери діяльності кредитних інститутів з метою контролю кількості або ціни грошей, що депонують в банках і наданих ними кредитів. Ліміти зростання кредитування або залучення депозитів прикладами кількісного контролю. Максимальні розміри ставок по кредитах або депозитах прикладами контролю в області процентних ставок (ціни грошей).

До найважливіших адміністративних інструментів можна віднести: регулювання величини процентних ставок за кредитами і депозитами; регулювання портфеля активів банків; регулювання кількісних параметрів кредитів, що надаються суб'єктам господарювання; встановлення "стелі" кредиту центрального банку, що надається урядові та банківським установам; обмеження споживчого кредиту; обмеження на відкриття філій та відділень; селективну кредитну політику [4].

До того ж, адміністративні інструменти можуть застосовуватися вибірково (селективно) по відношенню до окремих банків, групам кредитних організацій, або по відношенню до окремих видів банківських операцій (встановлення максимальних темпів зростання або

максимальних відсотків по окремих видах кредитів, наприклад, іпотечних, депозитів і т.д. Заходи прямого контролю застосовуються, як правило, в умовах недостатнього розвитку фінансових ринків чи інших інструментів грошово-кредитної політики, а також в кризових ситуаціях, що вимагають швидкого і жорсткого впливу на фінансову сферу. Разом з тим тривале застосування цих інструментів може спотворювати вплив на ринки, сприяти відтоку фінансових ресурсів на неконтрольовані (так звані сірі) ринки, тобто в «тіньову» економіку або за кордон, появи грошових сурогатів, а також посилення бюрократичних чинників і корупції в грошовій сфері [4].

Друга група, ринкові інструменти грошово-кредитної політики, це способи впливу центрального банку на грошово-кредитну сферу за допомогою формування певних умов на грошовому ринку і ринку капіталів. Ринкові інструменти більш гнучкі у порівнянні з інструментами прямого впливу та включають: встановлення кредитних «стель»; обмеження споживчого кредиту; обмеження на відкриття банками філій та відділень, селективну кредитну політику; процентну політику; регулювання норми обов'язкових резервів; здійснення операцій з цінними паперами на відкритому ринку.

Ринкові (опосередковані) інструменти впливають на мотивацію господарюючих суб'єктів і відрізняються більшою гнучкістю в порівнянні з адміністративними, але результати їх застосування не завжди можуть бути точно визначені заздалегідь і не завжди виявляються в повній мірі адекватними поставленої мети. Проте в даний час відзначається все більший перехід центральних банків розвинених країн від прямих методів впливу до ринкових, що означає фінансову лібералізацію в грошово-кредитній сфері.

До інструментів опосередкованого впливу на грошовий ринок належать: операції на відкритому ринку, регулювання норми обов'язкових резервів, процентна політика, рефінансування банків, регулювання курсу національної валюти [1, с. 21].

Наявні в розпорядженні центрального банку інструменти грошово-кредитного регулювання розрізняються за безпосередніми об'єктами впливу (пропозиція грошей і попит на гроші), але своєю формою (прямі і непрямі), за характером параметрів, що встановлюються в ході регулювання (кількісні та якісні), за термінами дії (короткострокові і довгострокові). Всі ці методи використовуються в системі, тобто у взаємодії один з одним. У країнах з розвинутою ринковою економікою центральним банкам, як правило, надана значна функціональна незалежність, що передбачає їх самостійність у виборі і застосуванні інструментів грошово-кредитної політики.

Інструменти непрямої дії, які застосовуються центральними банками, в свою чергу поділяються на нормативні та коригувальні. Нормативні інструменти грошово-кредитної політики передбачають встановлення центральним банком для банків норми обов'язкових резервів і нормативів, що регламентують капітальну базу банків, ліквідність та ризики в діяльності банків. Коригувальні – це інструменти, застосування яких змінює обсяг банківських резервів та ціну грошей (операції на відкритому ринку, політика рефінансування та процентна політика центрального банку) [1, с.25].

Висновки. Отже, в результаті проведених досліджень було визначено, що найбільш вдалим, на нашу думку, є визначення дефініції «грошово-кредитна політика» як «комплексу взаємопов'язаних заходів, спрямованих на досягнення певних цілей щодо регулювання грошового ринку, які проводить держава через свій центральний банк». Доведено, що базовими інструментами є: визначення та регулювання норм обов'язкових резервів для банків; процентну політику; рефінансування банків; управління золотовалютними резервами; операції з цінними паперами (крім цінних паперів, що підтверджують корпоративні права), у тому числі з казначейськими зобов'язаннями, на відкритому ринку; регулювання імпорту та експорту капіталу; запровадження на строк до шести місяців вимоги щодо обов'язкового продажу частини надходжень в іноземній валюті; зміну строків розрахунків за операціями з експорту та імпорту товарів; емісію власних боргових зобов'язань та операції з ними.

Проведений аналіз дав змогу виявити основні критерії за якими класифікуються інструменти грошово-кредитної політики, а саме: характер впливу на грошовий ринок; спрямованість регулятивного впливу; характер впливу на ліквідність; періодичність використання. Основною рекомендацією даної статті є необхідність розпочати перехід до використання нетрадиційних інструментів грошово-кредитної політики, яка передбачає використання широкого спектру заходів, що сприятиме підвищенню її ефективності та можливості гнучко впливати на стан економічної системи України.

Список використаних джерел

1. Глущенко С. В. Монетарна політика: теоретико-методологічні аспекти : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / С. В. Глущенко. - К. : НаУКМА, 2017. - 64 с.

2. Про Національний банк України: Закон України від 20.05.1999 р. №679-XIV / (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

3. Адамик Б. П. Центральний банк і грошово-кредитна політика: Підручник. 2-ге видання, доп. і переробл.-К.: Кондор, 2011.- 416 с.

4. Савлук Сергій. Процентна політика центрального банку / С. Савлук // Вісник КНТЕУ. - 2018. - № 2. - с. 32-46 - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2018/02/4.pdf>

УДК 336.7:330.4

НАКОНЕЧНА О. С.

*к.е.н, доцент, доцент кафедри фінансів
Міжнародний університет фінансів*

ПОТЕНЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ СПІВПРАЦІ БАНКІВ ТА ФІНТЕХ-КОМПАНІЙ

Сучасні реалії розвитку фінансового ринку переконливо доводять, що традиційні підходи до надання класичних банківських послуг не відповідають потребам ринку і тим самим не сприяють ефективності та прибутковості банківського бізнесу. Розвиток нефізичних каналів обслуговування, застосування інноваційних технологій для альтернативних платіжних рішень, пошук нових каналів доступу до потенційних клієнтів – все це можуть втілити в життя фінтех-компанії. Їх діяльність з одного боку створює жорстку конкуренцію з банківськими установами на ринку послуг, з іншого боку надає змогу їм через партнерські взаємовідносини розширити свій спектр послуг та клієнтів.

Якщо детально розглянути Фінтех-екосистему України то в ній досить успішно функціонують компанії, які надають послуги дотичні до послуг банківських установ, при цьому не являючись класичними банками. Так наприклад «Portmone.com», «iPay.ua», «Укркарт», «ГлобалМані», «City24» – це небанківські системи, які здійснюють переказ коштів; «Глобал Кредит», «Moneyveo», «CreditKasa» - компанії, які онлайн надають кредитні ресурси; «FinStream», «Finhub», «MoCash» - сервіси P2P та P2B кредитування; «BTC Trade UA», «Kuna», «Exmo» - сервіс платформи та онлайн біржі з продажу криптовалюти; «IBox» «Tyme» - термінали самообслуговування; «Ethereum», «Bitcoin», «Litecoin» - онлайн обмінники, спеціальні платіжні термінали, криптомати [3].

Всі ці компанії пропонують споживачам нові фінансові продукти, платформи, інструменти та технічні рішення на основі використання високоінноваційних технологій за більш привабливішими умовами та нижчими витратами, ніж банки. Саме тому, банківським установам задля того аби зберегти свої конкурентні переваги необхідно розробляти та впроваджувати у свою діяльність фінансово-технічні та інноваційні рішення для покращення якості обслуговування клієнтів та забезпечення конкурентоспроможності своїх банківських продуктів. Також банки повинні активно застосовувати у своїй діяльності автоматичні системи управління, які надають можливість підвищити рівень захисту бази даних своїх клієнтів, знизити рівень кібератак та мінімізувати рівень своїх операційних витрат.

Вітчизняна банківська практика вказує на те, що банківські установи не повною мірою використовують можливості фінтех-ринку і тим самим стримують свій розвиток. Загалом у світі існує багато прикладів співпраці фінтех-компаній та банківського бізнесу, які є достатньо успішними. Останні результати досліджень компанії «Mastercard» показують що близько 90% банків і 75% фінтех-компаній світу прагнуть співпрацювати в майбутньому, 58% банків розглядають можливість впровадження фінтех-інновацій, 71% банків мають намір купувати вже готові фінтех-рішення. Аналіз ринку фінансових інститутів світу проведених компанією «PricewaterhouseCoopers» визначив, що із 1300 опитаних респондентів 82% планують в найближчі 3-5 років співпрацювати з фінтех-компаніями [1].

Банк ING запровадив фінансово-інноваційну програму ING Fintech Village, яка передбачає співпрацю із сотнею фінтех-компаній. Вказана банківська установа також створила інвестиційний фонд для розвитку стартапів у розмірі 300 млн. євро. Citi bank розробив програми щодо співпраці з десятками фінтех-компаній світу: Citi FinTech Open Innovation Challenge, Global API Developer Hub, Innovation Lab. Французька фінансова група Credit Agricole через свій банк тримає інвестиційний фонд The Village by CA для стартапів розміром понад 100 млн. євро. BNP Paribas застував власний бізнес інкубатор та акселератор Fintech Boost of

L'Atelier BNP Paribas та інвестиційний хаб We Are Innovation для фінансування інноваційних проєктів. Група Raiffeisen фінансує декілька програм для бізнес-стартапів Elevator Lab partnership program, Elevator Lab Challenge та Elevator Lab Bootcamp [4].

Наш вітчизняний Приватбанк також має досвід використання інноваційних технологій у банківській практиці. Це в першу чергу перший в Україні мобільний та інтернет банкінг. Ще одним яскравим представником використання фінтех-рішень є Монобанк – перший в країні банк без відділень, який має багато ознак необанку і спроможний виконувати всі банківські операції онлайн [9].

Попри одиничні вдалі приклади поєднання банківського бізнесу та технічних інновацій, більшість вітчизняних банківських установ поки не готові до такої співпраці, ні фінансово, ні технічно.

Партнерство вітчизняних банків та фінтех-бізнесу може мати різні варіації: від звичайного використання послуг фінтех-стартапів до комплексного, повноцінного та технологічного партнерства, інвестування в реалізацію нових систем або купівля вже готових для реалізації проєктів. Також це може бути співпраця у сфері розвитку платіжних інструментів та сервісів, великих баз даних, штучного інтелекту, автоматизації бізнес процесів, P2P і P2B кредитування та мобільного банкінгу.

P2P та P2B кредитування є достатньо перспективним напрямом кооперації банків та фінтех-сфери. Банківські установи можуть використовувати електронні кредитні платформи або створювати власні кредитні майданчики. Так у 2016 року Приватбанк створив власну кредитну платформу «Сервіс вигідних вкладень». Механізм роботи такої платформи передбачав надання вкладниками банку кредитних ресурсів для фізичних осіб та бізнесу. Вкладники банку за такі операції отримували дохід на 5% вище за депозитну ставку на ринку. Проте у 2017 р. за рішенням НБУ платформа перестала функціонувати, однак за досить короткий період часу роботи такої програми було надано 5 млрд. грн. кредитів, які згодом були трансформовані в традиційні кредити та депозити [2].

Якщо розглядати варіант співпраці банків та фінтех-компаній на вже існуючих P2P та P2B кредитних майданчиках, то він є досить вигідним для обох учасників. Банки в результаті такої співпраці отримують потенційні можливості для розвитку та отримання додаткового комісійного доходу. Застосовуючи ряд технологічних інноваційних рішень банки знижують свої поточні витрати на певний спектр послуг.

Важливим аспектом також є те, що банки можуть опосередковано брати участь в тих видах діяльності, які вони не можуть вести самостійно через певні обмеження з боку НБУ, або ті, що не врегульовано на законодавчому рівні. Також банківським установам на P2P та P2B кредитних платформах не потрібно формувати резерви під такі операції і тому ризик ліквідності практично відсутній. Через доступ до таких кредитних майданчиків банки мають можливість отримати додаткову базу даних для розширення спектру своїх послуг та клієнтури. Кредитні платформи в свою чергу отримують доступ до банківських ресурсів, а участь банків підвищує рівень довіри клієнтів до таких сервісів [8].

Нажаль розвиток самих кредитних платформ стримується за рахунок відсутності законодавчої бази для регулювання відповідальності посередників, захисту прав споживачів (вклади на таких платформах не гарантуються ФГВФОУ). Крім того, операції на цих сервісах не підлягають звітності в НБУ і тому регулятор не може контролювати та регулювати їх дії.

У подальшому симбіоз P2P та P2B кредитування за участі банків потребує законодавчого врегулювання в боку Верховної ради України та НБУ. Виникає потреба в окресленні відповідальності посередників, кредиторів та позичальників, врегулюванні механізму оцінювання кредитних та операційних ризиків, формуванні страхових резервів під позабалансові активи до яких і відносять P2P та P2B кредити.

Ще одним із перспективних напрямів співпраці банків та фінтех-компаній є відкритий банкінг. Сутність такої послуги полягає в тому, що банки повинні відкрити доступ до своїх даних та сервісів для фінтех-провайдерів за допомогою відкритого інтерфейсу програмування додатків (API). Використовуючи систему API провайдери отримують можливість створювати нові програми, продукти та послуги на основі вже готового функціоналу.

Банки від такої взаємодії отримують низку переваг таких як: зниження витрат та часу на розробку та впровадження фінансово-технологічних рішень або інноваційних продуктів; формування цифрового банкінгу; поява нових можливостей щодо створення сучасних сервісів та продуктів, які б задовольняли потреби наявних та потенційних клієнтів; використання Big data як частини бізнесу і ухвалення рішення; розширення використання соціальних медіа як основних каналів комунікації. Відкритий банкінг є певного роду стимулом появи на ринку нових провайдерів і різноманітних рішень [5].

Партнерство банків з ритейл-компаніями створює нові можливості для кожної із сторін: нові сервіси, розширення спектру послуг для клієнтів, збільшення прибутковості ритейл-компанії, розширення дохідної бази банків шляхом збільшення кількості клієнтів.

Додаткові можливості банк може отримати через запровадження віддаленої ідентифікації клієнтів та BankID, тому що на сьогодні основним запитом клієнтів на ринку є зручність ідентифікації. В нашій країні вже досить активно використовуються біометричні дані в мобільному банкінгу та цифрових гаманцях.

Дослідження показують, що 60% клієнтів банку бажають використовувати біометричні аутентифікацію. Серед основних засобів найбільш популярними є відбиток пальця та розпізнавання веселкової оболонки. Основні переваги BankID – це швидкість та безпечність ідентифікації клієнтів банку для проведення ряду послуг та їх онлайн-реєстрація. Наразі НБУ активно впроваджує такий функціонал, вже приєднано десятки банків, мобільних операторів та інших учасників фінансового ринку. Саме впровадження BankID та цифрової ідентифікації позитивно вплине на розвиток фінансового ринку та зробить його більш відкритий та доступним, сприятиме спрощеній процедурі надання послуг і тим самим створить умови для подальшого розвитку інноваційних сервісів [6].

Центральний регулятор також зацікавлений в кооперації банків та фінтех-бізнесових структур. Це підтверджується розробкою стратегії розвитку фінансового сектора України до 2025 р., яка висвітлює основні напрями розвитку ринку фінансових технологічних та цифрових технологій. У травні 2019 р. НБУ створив Експертну раду з питань комунікації з інноваційними компаніями. Регулятор таким чином з однієї сторони прагне зрозуміти потреби та напрями розвитку ринку фінтех-інновацій, а з іншого боку створити регулюючі інструменти та удосконалити законодавчу базу з приводу цього питання [7].

Отже, основними орієнтирами для банків та фінтех-компаній на ринку фінансових послуг є не конкурентна боротьба, а взаємовигідне партнерство. Така співпраця для кожного із учасників слугуватиме стимулом щодо збільшення клієнтської бази, підвищення швидкості, безпечності та зручності проведення послуг, поліпшення інвестиційного середовища, розширення інфраструктури, збільшення капіталу та прибутковості.

Список використаних джерел

1. Банки та фінтех-компанії: сила – в єдності. Громадська організація «Центр економічних досліджень та прогнозування «Фінансовий Пульс». URL: <http://finpuls.com/upload/docs/news/banking/reviews/%D0%91%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D0%B8%20%D1%82%D0%B0%20%D1%84%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%85-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%96%D1%97.pdf>
2. Гладких Д. М. (2019). Ризики та можливості банківської системи України в умовах розвитку інформаційної економіки. Національний інститут стратегічних досліджень. Аналітична записка. Сер. Економіка. № 4. https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-09/ANALIT%20GLADKYH%20ECONOMICS%20%23%204%202019_0.pdf
3. Звіт «Фінтех в Україні». Проект USAID «Трансформація фінансового сектору». URL: http://www.fst-ua.info/wp-content/uploads/2019/02/FinTech_Catalogue_feb2018_en_ua.pdf
4. Каталог фінтех-компаній України 2020. Українська асоціація фінтех та інноваційних компаній. URL: <https://map.fintechua.org/>
5. Коваленко В. В. (2018). Розвиток FinTech: загрози та перспективи для банків України. *Приазовський економічний вісник*. Вип. 4 (09). С. 127–133. URL: http://pev.kpi.zp.ua/journals/2018/4_09_uk/24.pdf
6. Омельчук Н. Що чекає український фінтех в 2020: думки експертів ринку. PaySpace. URL: <https://psm7.com/fintech/chto-zhdet-fintex-v-ukraine-v-2020-mneniya-ekspertov-rynka.html>
7. Стойко О.Я. (2020). Перспективи розвитку фінтех- і банківського бізнесу в Україні. *Проблеми економіки*. № 2. С. 356–364. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-2-356-364>
8. Технології з розумом. URL: <https://nv.ua/ukr/biz/experts/novi-tehnologiji-i-finteh-shcho-vazhlivo-vrahuvati-zapuskayuchi-innovaciji-50054182.html>
9. Фінтех прилаштовується до банків. FinClub. URL: <https://finclub.net/ua/analytics/fintekh-prylashtovuietsia-do-bankiv.html>

ПАСІКА В. В.

Студент факультету фінансів та обліку
 Науковий керівник – к.е.н., доц. Маслоva Н. О.
 Київський національний торговельно-економічний університет

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Сьогодні питання щодо перспектив розвитку банківської системи України дуже актуальне, оскільки зараз банківська система знаходиться в стадії реформування і на сучасному етапі економічного розвитку тісно пов'язана зі створенням ефективного механізму дієвих систем регулювання, контролю і системи забезпечення фінансової безпеки країни.

Існує багато зовнішніх факторів, які негативно впливають на банківський сектор та показники банківської діяльності, що працюють на території України, а саме: політична та військова нестабільність, інфляційні та валютні очікування, економічна нестабільність, локдаун, спричинений пандемією Covid-19. В даній ситуації для стабілізації банківської системи важливий вплив мають дії Національного банку України. На нашу думку, результатом оздоровлення банківської системи було максимальне скорочення неплатоспроможних банків, що позитивно вплинуло як на діяльність самих банків так і на підвищення довіри до них з боку населення. На рис. 1 можна побачити динаміку зміни кількості банків за період 2012-2021 рр.



Рис. 1. Динаміка зміни кількості банків з період 2012-2021 рр.

*Примітка: розроблено на основі джерела [1]

Але, не зважаючи на те, що ситуація в країні досить не стабільна, позитивні зрушення спостерігаються вже сьогодні. Одним із них є збільшення активів системних банків України, тому можна зробити висновок, що їхня потужність та стабільність значно підвищилася. Особливої уваги заслуговує статистична інформація Асоціації українських банків (АУБ), яка висвітлює конкурентні позиції провідних банків України [2].

Станом на кінець 2020 року, можемо простежити, що лідируючі позиції займає Райффайзен Банк Аваль, Укрсіббанк та ОТП Банк. На рахунок ПриватБанку, то він займає в рейтингу банків лише 10 місце, його показники в порівнянні з іншими банками наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Показники лідируючих банків України станом на 31.12.2020 р., % *

Банк	Залежність від вкладів фізичних осіб	Якість фондування	Прибутковість	Ліквідність	Достатність капіталу
Райффайзен Банк Аваль	36,24	5	2,97	15,61	12,89
Укрсіббанк	36,54	5	2,78	10,38	10,86
ОТП Банк	41,67	5	3,62	10,06	17,76
ПриватБанк	73,13	3	6,5	10,57	13,5

*Примітка: розроблено на основі джерела [2]

Дивлячись на таблицю 1 можна сказати, що лідируючі банки України мають довгострокові перспективи розвитку та досить конкурентоспроможні позиції.

За сьогоднішніх економічних реалій прозорий відповідальний бізнес, працюючи в Україні, не зможе досягнути такого рівня маржинальності, щоб бути спроможним обслуговувати кредитний ресурс вартістю понад 20% річних і залишатись достатньо прибутковим для подальшого розвитку та функціонування. З іншої сторони, кредити для бізнесу – це джерело збільшення та нарощення оборотних потоків.

Національний банк досить ефективно реалізовує свою ціль – підтримку цінової стабільності. Інфляція знижується, що дозволяє дивитися у бік зниження облікової кредитної ставки.

Оновлений істеблішмент України постійно наголошує на важливості створення ефективних умов для здійснення банківської діяльності та подальшого зниження надвисоких кредитних ставок. Вже у вересні 2019 року Національний банк України знизив облікову ставку до 16,5% і очікується її подальше зменшення [3].

Банківський сектор здійснює вплив на функціонування фінансової сфери країни шляхом нормалізації механізму розподілу фінансових ресурсів, забезпечення обігу грошової маси та економічної стабілізації. Проте необхідно враховувати, що в кризових умовах економіка та банківська система можуть посилювати негативний взаємовплив [4]. Можна вважати, що діюча програма, яка включає в себе стабілізацію інформаційних процесів, підвищення конкурентоспроможності банківських установ, створення більшої довіри в населення до банківського сектору має ефективний вплив на «оздоровлення» банківської системи.

На мою думку, для повноцінного функціонування банківської системи України та її стабілізації необхідне

- впровадження нових, привабливих для населення депозитних програм для залучення додаткового капіталу;
- здійснення державою повного контролю за діяльністю банків. Завдяки цьому скоротиться можливість відмивання коштів;
- створення новітніх автоматизованих систем онлайнбанкінгу (проаналізувати діяльність банківського сектору ЄС).
- вихід банків на міжнародний фінансовий ринок

Список використаних джерел

1. МінФін [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/count/>
2. Асоціація українських банків [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://aub.org.ua/>.
3. Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://bank.gov.ua/>.
4. Золотарьова О. В. Сучасний стан та перспективи розвитку банківської системи України. Проблеми економіки та політичної економії 2017, № 1 Дніпропетровськ, 2017. С. 83-98.

ПЕТРЕНКО А.В.

Студент кафедри менеджменту та іновацій
 Науковий керівник – д.е.н., проф. Іляш О.І.
 Міжнародний університет фінансів

РОЗРОБКА СИСТЕМ МОТИВАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Відомо, що економічна ефективність роботи підприємства залежить від багатьох факторів, та, насамперед від результативності праці кожного працівника на робочому місці. Відтак, мотивація праці спрямована на зростання результативності діяльності персоналу підприємства. О. Кириченко дає таке визначення: «мотивація - це свідомий вибір працівником тої чи іншої поведінки, який обумовлений загальним впливом внутрішніх (мотиви) і зовнішніх (стимули) чинників [2]. Окрім того, автор таким чином поділяє працівників на 3 групи в залежності від видів мотивації (рис.1):

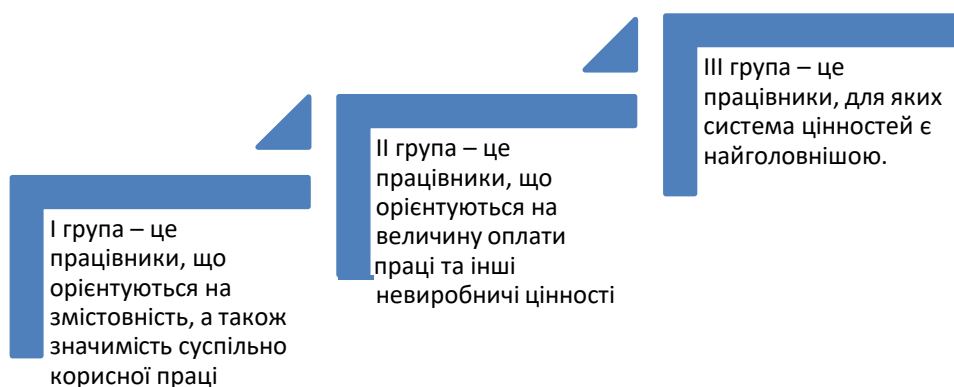


Рис. 1. Розподіл працівників у розрізі груп на основі внутрішнього спонукання (розроблено автором за: [2])

Результати досліджень свідчать про те, що переважна кількість працівників в Україні (>80%) відносяться до II типу мотивації, для яких головним стимулом виступає високий рівень заробітної плати.

Додамо, що у сучасному управлінні використовують різні приклади мотивації і це дає можливість досягнути головний сенс мотивації, визначити важливість ролі мотивації в системі управління персоналом. Таким чином, розуміючи ті завдання, які ставляться перед працівником, та знаючи винагороду, на яку він може розраховувати, виникає простий процес зіставлення цього завдання зі своїми потребами та можливостями виконання функціональних обов'язків.

Разом з тим, система методів мотивації є досить неоднозначною. Умовно їх можна поділити на шість етапів, які мають певні особливості використання на практиці (рис.2). Отже, система мотивації є однією з найважливіших функцій менеджменту та стимулює працівників до дій, спрямованих на досягнення цілей підприємства через задоволення власних потреб [1].

Окрім того, ефективність діяльності певного працівника залежить від його індивідуальних можливостей та особистої зацікавленості, розуміння його особистого внеску до зусиль колективу, а обсяг витраченої ним праці визначається оцінкою працівником відповідності рівня винагороди затраченим зусиллям і впевненості в її отриманні.



Рис. 2. Система методів мотивації

Це пояснює необхідність побудови багатофакторних моделей мотивації, які будуть враховувати потреби й сприйняття працівниками справедливості визначення нагороди за виконану працю. Так, основними факторами, що здійснюють вплив на поведінку працівника, і які слід врахувати у процесі мотивації діяльності є: фізичні особливості (стать, вік та ін.); рівень освіти й професійної підготовки, самосвідомість; психологічна обстановка в колективі; зовнішнє середовище і т.п.

В той же час слід зауважити, що заробітна плата не є єдиною метою праці. Завдяки матеріальному заохоченню мотивація праці є результативною тільки за умови її визначення як системи, побудованої на таких принципах:

- співробітництво, комунікація та досягнення згоди між адміністрацією та трудовим колективом щодо основоположних принципів системи;
- обґрунтування системи оцінювання робіт та визначення їх обсягу;
- визначення та обґрунтування нормативів, які постійно перебувають на контролі і періодично переглядаються;
- узгодження заохочення з результатами діяльності;
- визначення додаткової винагороди не за загальний рівень результативності, а саме за його складову, пов'язану з якістю.

Зміни, які відбуваються в діяльності підприємства, або його структурних підрозділів, реалізація стратегічного напрямку руху часто потребують регулювання або коригування поведінки певних категорій працівників.

В сучасних умовах потрібно застосовувати поведінкову оцінку працівників з дотриманням таких фундаментальних принципів:

- слід звертати увагу тільки на реально можливі в даній ситуації поведінкові явища;
- необхідно враховувати частоту прояву вказаних поведінкових явищ в певній групі працівників;
- контроль і спостереження за поведінкою працівників необхідно вести постійно, враховуючи умови конкретної ситуації, що склалася на підприємстві.

Таким чином, для розробки мотиваційної моделі на підприємстві вважаємо доцільним застосування такого алгоритму:

1. Окреслити коло проблем підприємства, які пов'язані з недостатньою мотивацією.

Це можуть бути: велика плинність кадрів, недостатня ефективність праці, несприятливий клімат у колективі та ін.

2. На основі першого пункту визначитися зі списком завдань (зменшення плинності кадрів, підвищення ефективності праці, поліпшення клімату у колективі).

3. Провести соціологічне оцінювання діючої системи мотивації.

Використовуючи опитувальники або анкети варто з'ясувати, яких стимулів потребує кожен співробітник.

4. На основі отриманих даних розробити систему мотивації.

Вибрати конкретні методи, що будуть використовуватися, встановити терміни та послідовність їх впровадження.

5. Скласти кошторис витрат на введення системи.

6. Поінформувати працівників підприємства про нововведення.

Якщо система нелегка для сприйняття з першого разу, то рекомендуємо підготувати інструкції.

7. Введення системи в дію та її тестування.

При розробці системи визначити випробувальний термін, по його закінченню зіставити отриманий прибуток з витратами.

Як уже згадувалася раніше, більшість працівників кращою мотивацією праці вважають високий рівень оплати.

Проведене дослідження сучасних систем мотивації дозволяє виділити окремо методи нематеріальної мотивації на підприємстві, зокрема (рис. 3):

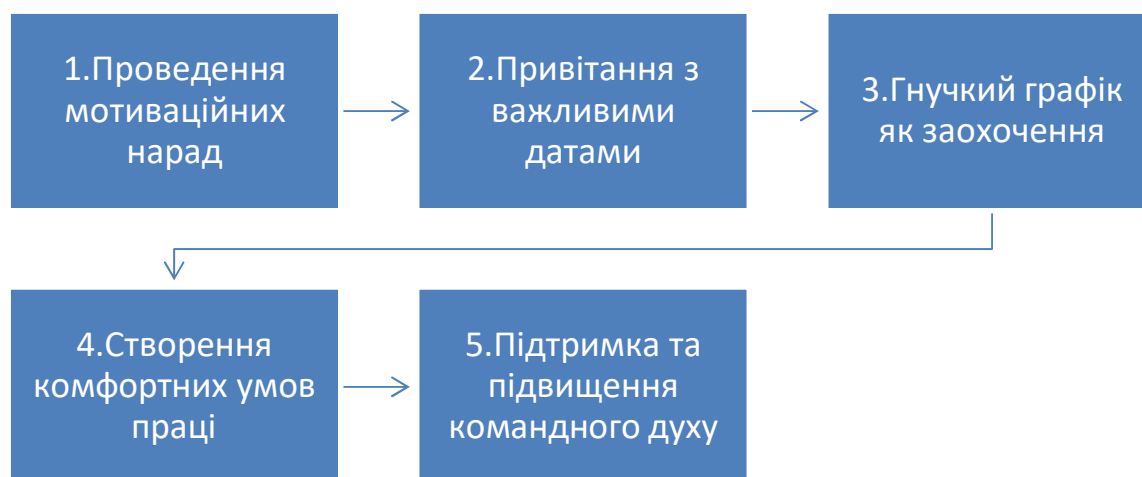


Рис. 3. Сучасні методи нематеріальної мотивації на підприємстві

1. Проведення мотиваційних нарад

Звичайно, на кожному підприємстві періодично проводяться наради, де працівники інформуються, даються вказівки, обговорюються нагальні проблеми. Керівник повинен намагатися на нараді дати заряд енергії підлеглим на плідну роботу.

2. Привітання з важливими датами

Підняти настрій працівнику, показати його важливість для підприємства, що підвищить, в свою чергу, його лояльність нескладно, привітавши його з днем народження, річницею роботи, закінченням випробувального терміну та іншою знаковою датою.

3. Гнучкий графік як заохочення

Деякі працівники не потребують багато часу на виконання поставлених завдань і виконавши справи, вони чекають, коли закінчиться робочий день. Для таких випадків непоганим способом мотивації є гнучкий графік. Людина знає, що виконавши роботу якісно і швидко, вона може не сидіти в офісі.

4. Створення комфортних умов праці.

Такі корпорації, як Google і Facebook, давно зрозуміли, що для заохочення працівників потрібні незвичайні, відмінні від класичних, робочі місця. Це можуть бути організовані на підприємстві кімнати відпочинку та психологічного розвантаження. Великі вкладення може дозволити не кожне підприємство. Але, навіть, такі заходи як затишний куточок з диваном, стіл для настільного тенісу, або безкоштовна кава підвищать успішність працівників.

5. Підтримка та підвищення командного духу

Окрім того, проведення корпоративів, колективних походів в кінотеатр або центри розваг, інші подібні заходи сприяють покращенню відносин між працівниками та позитивно впливають на результати праці загалом.

Таким чином, органічною складовою стійкої системи управління персоналом є ефективна мотивація праці, як головна рушійна сила у реалізації загальної стратегії підприємства, поряд із справедливою винагородою працівника, в залежності від досягнутих ним результатів і кваліфікації. Реалізація інтелектуального і фізичного потенціалу працівників сприяє досягненню стратегічних цілей підприємства.

Список використаних джерел

1. Л.О. Болтянська, Л.О. Андреева, О.І. Лисак. Економіка підприємства: навчальний посібник. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015, 668 с.
URL: https://pidru4niki.com/component/option,com_jdownloads/Itemid,999999/catpid,1029/task,view.annotation/ (дата звернення: 26.03.2020)
2. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Підручник / За ред. О.А. Кириченка. - 2-ге вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2008, 518 с.
URL: https://pidru4niki.com/component/option,com_jdownloads/Itemid,999999/catpid,510/task,view.annotation/ (дата звернення: 26.03.2020)

УДК 658

РАСУЛОВ Т. В.

Студент кафедри фінансів
Науковий керівник – к.е.н., доц. Щербина О. В.
Міжнародний університет фінансів

ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ВИЖИВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному світі оцінювання потенціалу виживання підприємства є важливим інструментом для довгострокового та ефективного функціонування на ринку.

Задача оцінки можливостей потенціалу підприємства є актуальною і в теоретичному, і в практичному плані. Оцінювання потенціалу підприємства та його складових дозволяє вирішити проблему управління характеристиками потенціалу за умов невзаємозалежного руху його складових. Тобто, оціночна модель потенціалу є вимірювальною системою управління цим потенціалом та розвитком підприємства, що гарантує виживання цього підприємства в умовах кризових чинників.

Потенціал підприємства розглядається як сукупна спроможність підприємства виконувати діяльність для досягнення максимального результату, розвитку підприємства в зовнішньому середовищі функціонування, забезпечення високого рівня платоспроможності та фінансової стійкості.

Вживання підприємства визначається як такий стан його розвитку, який припускає своєчасність і економічність адаптації до змін внутрішнього та зовнішнього середовища при збереженні основних законів розвитку таких, як цілеспрямованість, динамізм та керованість. Да характеристики такого стану використовують термін «Потенціал виживання».

Потенціал виживання описує можливість розвитку сценарію за позитивним сценарієм, після якого настає нормалізація стану господарської системи, відновлення конкурентоспроможності підприємства та забезпечення ефективного господарювання.

Термін «потенціал виживання» може використовуватися для загальної оцінки прогнозування перспектив розвитку підприємства в майбутньому та його можливостей щодо подолання кризових явищ [2].

Питання оцінки загрози банкрутства не нове та достатньо досліджено та дає можливість кількісно визначити ймовірність збанкрутувати, то потенціал виживання (P_B), яке є протилежним напрямом розвитку кризової ситуації, можна порахувати як різниця між одиницею та ймовірністю банкрутства (P_6) [1]:

$$P_B = 1 - P_6 \quad (1)$$

Є багато моделей для оцінки ймовірності банкрутства, наприклад: модель Спрінгейта, універсальна дискримінантна модель Терещенка, модель Альтмана, тест на ймовірність банкрутства Лиса, коефіцієнт Бівера, тест на ймовірність банкрутства Таффлера.

На сьогодні немає єдиного підходу щодо прогнозування банкрутства підприємств, але оціночні показники більш точно характеризують фінансовий стан підприємства та більш обґрунтовано можуть надати рекомендації для проведення санації та реструктуризації.

Здатність до виживання підприємства являє собою результативну оцінку трьох типів сталості, які притаманні цій господарській системі, - зовнішньої, внутрішньої та успадкованої [2].

Зовнішня сталість підприємства досягається зовнішнім управлінням, регулюючими впливами з боку держави. Вона може забезпечуватися директивними вказівками, визначенням державних замовлень, доступом до пільгових державних кредитів, пільговими умовами оподаткування, адресними дотаціями, субвенціями, списанням боргів тощо [1].

Внутрішня сталість підприємства базується на практичній реалізації теоретичних засад «управління за принципом зворотного зв'язку, тобто шляхом активного реагування на зміни зовнішніх та внутрішніх чинників, що дає можливість своєчасно відновлювати, удосконалювати і розвивати економічну систему підприємства.

Успадкована сталість підприємства є результатом накопиченого запасу внутрішньої міцності системи, наявності у неї ресурсів для захисту від дестабілізуючих чинників.

Таким чином, здатність до виживання визначається наявністю передумов для забезпечення внутрішньої й успадкованої сталості. Чим вища сталість підприємства, тим вища ймовірність його виживання.

Рівень потенціалу виживання можливо охарактеризувати складом та станом ресурсного забезпечення, ступенем відповідності ресурсного потенціалу стратегічним цілям та завданням підприємства, необхідних для виходу з кризи та спроможністю ресурсного потенціалу забезпечити стійкість господарської системи до негативного впливу зовнішнього середовища.

Отже, потенціал виживання підприємства є функціональною залежністю виду:

$$ПВ = F(РПВ, МР, ЗУ) \quad (2)$$

де РПВ - ресурсні передумови виживання підприємства;

МР - наявні перспективи та можливості його розвитку;

ЗУ - зовнішні умови бізнесу.

Визначені складові потенціалу виживання тісно взаємодіють між собою. Перша складова характеризує наявне ресурсне забезпечення діяльності, його відповідність стратегічним цілям та ринковим умовам функціонування, друга - внутрішні можливості до розвитку підприємства, удосконалення ресурсного забезпечення, третя - стан та очікувані зміни в зовнішньому середовищі, які впливають на перші дві складові потенціалу.

Таким чином, можна запропонувати формулу, щоб кількісно визначити рівень потенціалу виживання:

$$РПВ = I_{РПВ} \times I_{МР} \times I_{ЗУ} \quad (3)$$

де $I_{РПВ}$, $I_{МР}$, $I_{ЗУ}$ - відповідно індекси складових потенціалу - ресурсних передумов виживання підприємства, наявних перспектив та можливості його розвитку, сприятливості зовнішніх умов бізнесу.

Отже, розрахувавши показники вірогідності банкрутства та потенціалу виживання підприємства за даними моделями, можна зробити висновок про фінансовий стан та ймовірність банкрутства, фінансові показники, схильність до виживання підприємства в конкурентному середовищі та надати рекомендації щодо зміни стратегії, залучення можливих ресурсів для налагодження фінансової стабільності та запровадження позитивної тенденції розвитку подальшого функціонування підприємства.

Список використаних джерел:

1. Азаренкова Г.М., Головки Е.Г., Пономаренко В.А Финансовая стабильность компании. Сущность и механизм обеспечения : монография. – LAP LAMBERT Academic Publishing in Imprint der OmniScriptum GmbH & Co. KG Heinrich-Böcking-Str.6-8, 66121 Saarbrücken, Deutschland, 2014. 89 с.

2. Тридід О.М., Азаренкова Г.М., Біломістний О.М., Орехова К.В. Фінансовий менеджмент у запитаннях та відповідях : Навчальний посібник. Львів: «Новий Світ – 2000», 2014. 384 с.

ІНОЗЕМНИЙ КАПІТАЛ У БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

На даному етапі розвитку жодній з держав не вдалося створити власну, повністю незалежну від світової економічної системи, економіку. Тобто економічний розвиток будь-якої країни тією чи іншою мірою залежить від міжнародних відносин. Присутність в країні великих обсягів іноземних інвестицій надає можливість охарактеризувати певні ознаки щодо економічної стабільності держави та охарактеризувати відношення інвесторів до влади, зокрема законодавчої та виконавчої. Варто зазначити, що дійсно з приходом іноземного капіталу з'являються нові можливості для розвитку вітчизняної банківської системи, проте також з'являються нові проблеми та загрози. Саме тому, вивчення зазначеного процесу та його впливу на банківську систему викликає неабиякий інтерес з боку фахівців та науковців.

Зауважимо, що на сьогоднішній день неможливо дати чітку та однозначну оцінку надходженню іноземного капіталу до банківського сектору, оскільки з одного боку це сприяє розвитку конкурентоспроможного середовища та розширює можливості щодо формування та використання ресурсного потенціалу, але з іншого боку це робить фінансову систему більш залежною та впливає на її стабільність. Таким чином, обґрунтовуючи вплив іноземного капіталу на банківську систему, варто дослідити праці фахівців з абсолютно різними точками зору на цей процес. Так, деякі експерти стверджують, що надмірні фінансові надходження з боку іноземних інвесторів призводять до повної дестабілізації та руйнації національного банківського сектору [1,2]. Інші стверджують, що наявність у вітчизняному банківському секторі іноземного капіталу прискорює впровадження в роботу передових банківських систем та технологій та сприяє збільшенню спектру банківських послуг [3,4].

Поряд з цим, обмеження діяльності іноземних банків є нераціональним рішенням, яке не має сенсу ні з економічної, ні з політичної точкзору. Тому до питання впровадження іноземного капіталу треба підходити з вирішенням основної задачі - збереження конкурентоспроможності вітчизняних банків. Об'єктивним треба визначити те, що метою іноземних інвесторів є збільшення прибутку для своїх працівників та власників, а не покращення економічного стану країни - об'єкта інвестицій [5].

Відповідно до чинного законодавства банком з іноземним капіталом, є банк, у якому частка капіталу, що належить хоча б одному іноземному інвестору, становить не менше 10% [6]. За даними офіційної статистики станом на 01.01.2015 року в Україні є 163 банки, які мають ліцензію НБУ на здійснення банківських операцій, з них банків з іноземним капіталом 51, в це число входить 19 банків зі 100% іноземним капіталом. За наступні п'ять років, тобто станом на 01.01.2020, ситуація сильно змінилася: кількість діючих банків становить 75, з них зіноземним капіталом - 35, серед яких зі 100% іноземним капіталом - 23.

	Кількість банків	З яких з іноземним капіталом	У т.ч. зі 100% іноземним капіталом
на 1.01.2008	175	47	17
на 1.01.2009	184	58	17
на 1.01.2010	182	51	18
на 1.01.2011	176	55	20
на 1.01.2012	176	53	22
на 1.01.2013	176	53	22
на 1.01.2014	180	49	19
на 1.01.2015	163	51	19
на 1.01.2016	117	41	17
на 1.01.2017	98	38	17
на 1.01.2018	82	38	16
на 1.01.2019	77	37	23
на 1.01.2020	75	35	23

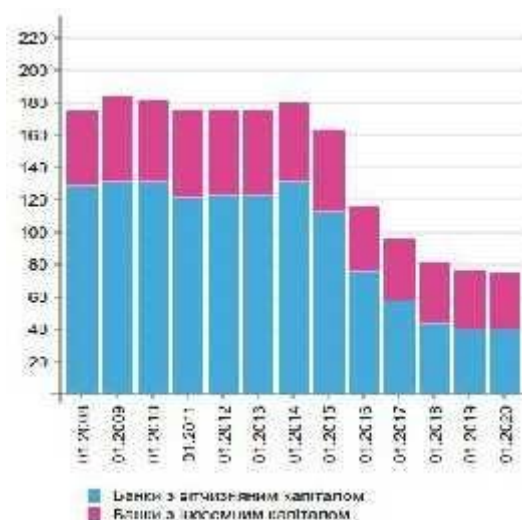


Рисунок 1- Динаміка кількості банків України [5]

З період з 2015 до 2020 року кількість банків України зменшилася у 2.17 разів. У той же час частка банків з іноземним капіталом змінила своє значення з 31.2% на 46.7%. Тобто майже половина діючих банків України є банками з іноземним капіталом, та третину від загальної кількості складають банки зі 100% іноземним капіталом. Можна зробити висновок, що банки з іноземним капіталом орієнтувалися на інтенсивне зміцнення своїх позицій на ринку [7].

Серед усього спектру переваг функціонування банків з іноземним капіталом в Україні слід виділити: залучення іноземних інвестицій сприяє вдосконаленню технологій банківської діяльності, введенню нових методів роботи банківського бізнесу, використанню новітніх маркетингових рішень, більш ретельному аналізу ризиків; іноземні інвестиції збільшують додаткові фінансові ресурси та можливості їх залучення малому та середньому бізнесу; посилення розвитку конкуренції на ринку банківських послуг, як наслідок - підвищення ефективності функціонування банківської системи, зменшенню відсоткових ставок; розширення спектру банківських послуг та їх якості. Серед негативних аспектів слід звернути увагу на: зростання залежності економіки від іноземних інвесторів; можливий неконтрольований відтік капіталу з країни, особливо у період фінансових криз; присутність іноземних банків може негативно впливати на ще недостатньо розвинуту банківську систему країни.

Отже, невід'ємним елементом розвитку вітчизняної банківської системи стала присутність у ній іноземного банківського капіталу. До позитивних аспектів слід віднести те, що іноземні інвестори вкладають у національну економіку не лише власні капітали, але й сприяють використанню зарубіжного досвіду ведення банківського бізнесу, забезпеченню транспарентності банківської діяльності, налагодженню відносин із зарубіжними державами, інтеграції вітчизняної банківської системи у світовий фінансовий простір. Крім того, для країн з незначним фінансовим потенціалом, слабким та переривчастим розвитком фінансової системи іноземні інвестиції дійсно можуть слугувати стабілізаційним чинником економічного розвитку. Однак, якщо донедавна до основних чинників, що перешкоджають збільшенню іноземного капіталу відносили лише ендогенні, то зараз, з урахуванням загострення світової економічної ситуації, до них відносять і екзогенні, що стримує процес надходження іноземних інвестицій і приводить до посилення конкуренції країн на міжнародній арені.

Список використаних джерел

1. Барановський О. Іноземний капітал на ринках банківських послуг України, Росії та Білорусі. *Вісник НБУ*. Київ. 2007. №9. - С.12
2. Єпіфанов А.О. Методологічні складові ефективного розвитку банківського сектору економіки України : монографія. Суми: Університетська книга, 2007. - 417 с.
3. Геєць В. Іноземний капітал у банківській системі України. *Дзеркало тижня*. 2007. №26 (605).
4. Павлюк К.В., Кажан К.В. Діяльність іноземних комерційних банків в Україні: тенденції та проблеми. *Фінанси України*. 2006. №6. С.143-150
5. Штепенко К. П., Забураєва О. Ю. Аналіз прямих іноземних інвестицій в економіку України та передумови необхідності їх залучення. *Ефективна економіка*: електрон. наук. фахове вид. 2019. Вип. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7040> (дата звернення: 20.02.2021).
6. Про банки і банківську діяльність: Закон України № 2121-III. Дата оновлення: 03.07.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14#Text> (дата звернення: 21.02.2021).
7. Кількість банків в Україні (2008-2021). *Мінфін*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/count/> (дата звернення: 21.02.2021).

ШИДЛОВСЬКА А. О.Студентка кафедри фінансів
Міжнародний університет фінансів**МИХАЙЛИК О. М.**к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів
Міжнародний університет фінансів**ДИСКУСІЙНІ ПИТАННЯ ЩОДО СУТНОСТІ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Однією з найважливіших умов забезпечення фінансової стабільності підприємства та основою формування механізму фінансової політики є фінансова стратегія підприємства, за допомогою якої вирішується комплекс проблем, пов'язаних із удосконаленням менеджменту та маркетингу, покращенням структури управління, впровадженням і використанням нових технологій, зміною асортименту виробленої продукції, своєчасною та якісною підготовкою та підвищенням кваліфікації кадрів тощо.

Теоретико-методологічні аспекти проблем стратегічного фінансового управління та планування, розробки фінансової стратегії, її змісту та класифікаційних ознак відображені в публікаціях таких авторів як: В.І. Аранчій, І.В. Васильчук, В.Г. Краля, І.В. Мельник, Н.Ф. Розумович, В.І. Матвійчук, В.А. Янковська та ін. Фінансова стратегія являє собою складну багатофакторну орієнтовану модель дій і заходів, необхідних для досягнення поставлених перспективних цілей у загальній концепції розвитку щодо формування і використання фінансово-ресурсного потенціалу підприємства.

У сучасній науці та практиці фінансова стратегія є відносно новим поняттям. Однак, в іноземній літературі, наприклад в американських та європейських виданнях, поняття «фінансова стратегія» практично відсутнє, зазвичай вчені використовують термін «фінансове планування».

Аналіз хронології та змісту наукових публікацій (табл. 1), присвячених проблемі формування фінансової стратегії на підприємствах, дає змогу виокремити дещо суперечливі погляди щодо змісту зазначеної економічної категорії.

Таблиця 1

Основні підходи щодо визначення категорії «фінансова стратегія підприємства»

Автор визначення, джерело	Зміст визначення	Ключове поняття з визначення
Аранчій В. І. [1, с. 156]	Фінансова стратегія підприємства – стратегія, що спрямована на управління його фінансовими ресурсами	Управління фінансовими ресурсами підприємства
Васильчук І. В. [2, с. 3]	Фінансова стратегія – стратегія, метою якої є підвищення багатства власника підприємства	Підвищення багатства власника підприємства
Краля В. Г. [3, с. 153]	Фінансова стратегія – стратегія, метою якої виступає підвищення вартості підприємства за умови забезпечення фінансової рівноваги	Підвищення вартості підприємства
Мельник І. В. [4, с. 46]	Фінансова стратегія – безпосередній продукт стратегічного фінансового планування, провідну роль для якого відіграє інформаційний зміст.	Реалізація фінансової стратегії як інформаційного продукту управління
Розумович Н. Ф. [5, с. 106]	Фінансова стратегія – стратегія, що включає методи та практику формування фінансових ресурсів, їх планування та забезпечення фінансової стійкості підприємства за ринкових умов господарювання.	Методи та практика формування та планування фінансових ресурсів підприємства

Продовження таблиці 1

Автор визначення, джерело	Зміст визначення	Ключове поняття з визначення
Янковська В. А. [6, с. 183]	Фінансова стратегія підприємства – це визначення довгострокових фінансових цілей та завдань підприємства, що включають в себе формування, управління та планування його фінансових ресурсів з метою підвищення вартості підприємства за умови забезпечення фінансової рівноваги.	Визначення довгострокових фінансових цілей та завдань підприємства

Джерело: Складено авторами за [1-6]

Повністю погоджуємось з визначенням, яке наведено у праці І.В. Бруслиновської та В.І. Матвійчука, які розглядають фінансову стратегію підприємства як «сукупність заходів щодо ефективного управління процесами залучення, розподілу та використання фінансових ресурсів суб'єктів господарювання, спрямованих на таку організацію фінансових відносин підприємства з контрагентами, яка дозволяє досягти встановлених цілей, насамперед – забезпечення зростання його ринкової вартості» [7, с. 102].

Економічна сутність фінансової стратегії обумовлена фінансовими взаємовідносинами підприємства з економічними суб'єктами і державними органами [8]. Тобто, вкрай важливою є розробка базової фінансової концепції підприємства, пов'язаної з ефективним управлінням оборотними активами, формуванням коштів у визначених пропорціях, використанням фінансових ресурсів за цільовим призначенням [8].

Фінансова політика підприємства – це форма реалізації фінансової ідеології та стратегії підприємства у розрізі окремих аспектів його фінансової діяльності. Реалізація фінансової політики відбувається за допомогою фінансового механізму, що є складною системою впливу на різні аспекти фінансової діяльності окремих суб'єктів [9].

Розглядаючи поняття і зміст фінансової стратегії підприємства, необхідно підкреслити, що її формують ті ж умови і фактори, які впливають і на загальну стратегію суб'єктів господарювання [6]. Обґрунтована і правильно розроблена фінансова стратегія є однією з умов успішної реалізації загальної стратегії розвитку підприємства, яка дозволяє забезпечити фінансовими ресурсами інші функціональні стратегії (наприклад, маркетингова стратегія, кадрова політика) [4]. Таким чином, утворюється послідовність причинно-наслідкових зв'язків: «удосконалення фінансової стратегії – удосконалення функціональної стратегії – удосконалення загальної корпоративної стратегії», дає змогу оцінювати якість формування фінансової стратегії за результатами діяльності підприємства у цілому [4, с. 46].

Отже, варто зазначити, що розкриття сутності поняття «фінансова стратегія підприємства» не завжди має точне й одностороннє пояснення, пов'язане з різними підходами авторів щодо визначення базових категорій.

Узагальнюючи вищевикладене, зазначимо, що фінансова стратегія відповідає за прогнозування показників стратегічного плану, оцінювання, розподіл і контроль фінансових ресурсів. Підприємство досягає своїх стратегічних фінансових цілей, лише тоді коли фінансові відносини відповідають його внутрішнім фінансовим можливостям, а також дозволяють залишатися сприйнятливим до зовнішніх соціально-економічних умов.

Список використаних джерел

1. Аранчій В.І. Фінансова стратегія у системі управління фінансами підприємства. Вісник Полтавської державної аграрної академії. 2010. № 2. С. 156–159.
2. Васильчук І.В. Фінансова стратегія в системі вартісно-орієнтованого управління підприємством. Рукопис. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.08 Гроші, фінанси і кредит. ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», Київ, 2014. 18 с.
3. Краля В.Г. Сценарії реалізації стратегії організаційних трансформацій аграрних підприємств. Український журнал прикладної економіки. 2018. Том 3. № 4. С. 153–161.
4. Мельник І.В. Фінансова політика підприємства як форма реалізації фінансової стратегії. Агросвіт, 2011. №5. С45-48.URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2011_5_12.
5. Розумович Н.Ф. Аналіз методичних підходів до розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства. Теоретичні та практичні аспекти стійкого розвитку фінансової системи

України : колективна монографія (Ч. 2); [за ред. О. О. Непочатенка]. Умань: Візаві, 2014. С. 105–114.

6. Янковська В.А. Фінансова стратегія та її роль у розвитку підприємства. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2013. № 50 (1023). С. 182-187.

7. Бруслиновська І.В, Матвійчук В.І. Теоретичні аспекти формування фінансової стратегії підприємства. *Економіка і організація управління*. № 3 (31) 2018. С.100-111. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eiou_2018_3_13.

8. Пономаренко В.С. Стратегічне управління підприємством. Харків: Основа, 2012. 312 с.

9. Ткачук І. Г. Формування фінансової стратегії в системі управління підприємство. *Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки*. 2008. № 2(44). С. 301-304.

УДК 336.64

ЩЕРБИНА О. В.

к.е.н., доцент,

Міжнародний університет фінансів

РОЗВИТОК ГЛОБАЛЬНИХ РИНКІВ ВЕНЧУРНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Венчурне фінансування (або інвестування ризикового капіталу) залишається одним із найважливіших джерел капіталу для компаній, швидкий ріст та розвиток яких постійно потребує додаткових зовнішніх.

Венчурний капітал виник та отримав найбільший розвиток у США, де венчурна індустрія розвивається протягом багатьох десятиріч. За підрахунками експертів у 2017 р. загальний обсяг венчурного капіталу у США становив \$72 млрд. у 8,6 тис. угод, у 2018 р. – \$84 млрд. – у 8 тис. угод [2]. Ці показники демонструють, що венчурний ринок в США прогресує. Наразі на США припадає половина від світового обсягу венчурних інвестицій.

В цілому США і Північна Америка – найбільш "гарячий" технологічний ринок у світі. За даними National Venture Capital Association станом на 2018 р. у цьому регіоні діяло 1562 венчурних фондів [7].

В американській моделі венчурного фінансування головне призначення держави полягає в інтеграції та сприянні взаємодії промислового та наукового секторів. Державі відведена роль «нічного сторожу», який суттєвим чином не втручається у просування венчурних проектів та виконує законодавче регулювання венчурних процесів.

Європейський венчурний ринок менш розвинений, ніж американський. Так, за даними MoneyTree Report за перші три місяці 2018 р. від PwC і CB Insights, у I кварталі 2018 р. у Північній Америці було укладено тисячу двісті дев'яносто вісім угод на \$21,9 млрд. (майже половина світового обсягу), а в Європі закрили 593 угоди на \$4,8 млрд. Через специфіку європейського венчурного ринку, проекти, які здатні швидко масштабуватися на глобальний ринок, шукають фінансування в США [7].

Проте поступово ситуація змінюється, в Європі теж з'являються фонди, готові інвестувати дуже великі суми та закривати угоди, які можна порівняти за масштабами з американськими. Наприклад, у березні 2018 р. фінансовий сервіс N26 залучив \$160 млн. У квітні 2018 р. Revolut "підняв" інвестиції в \$250 млн. У свою чергу, американські фонди починають активно розглядати європейські проекти та інвестиції в них.

Загалом європейська та американська моделі венчурного інвестування різняться за об'єктами венчурного інвестування. В першій моделі основна питома вага в загальному обсязі інвестицій направляється на фінансування пізніх стадій розвитку фірми. Ситуацію з фінансуванням start-up проектів намагаються виправити шляхом створення спеціалізованих фондів. Наприклад, High-Tech Start-Up Fund, який був спільно створений державою та приватними капіталістами в Німеччині.

В Американській моделі превалюють інвестиційні вкладення у ранні стадії розвитку фірми, в новостворені підприємства на етапі існування лише нової ідеї або технології, які здійснюються приватними інвесторами та бізнес-ангелами. Але слід прийняти до уваги той факт, що з приходом кризи правила гри ангельського інвестування дещо змінились. Спостерігається їх непостійність, вихід з проекту перед наступним етапом. Сьогодні вони шукають більш готові ідеї, менші ризики, компанії із скромними потребами капіталу та

коротший термін до отримання прибутку. «Ангели все ще мають крила, але літають не так вже й високо»[4].

Головна відмінність європейського венчурного ринку від американського – на ринку майже відсутні учасники, які інвестують \$100-500 млн. і більше. Більшість відомих європейських венчурних фондів працюють із середнім чеком в \$10-20 млн. і фокусом на series A round. Чимало функціонує успішних seed-фондів. Характерна особливість європейського венчурного ринку – широке поширення приватних клубів для інвесторів, які зазвичай працюють на базі венчурних фондів. Найбільше таких клубів у Швейцарії, Німеччині та Італії [7].

Європейська та американська моделі венчурного фінансування інноваційної діяльності суттєвим чином різняться за місцем держави в інноваційних процесах, за рушійною силою венчурного капіталізму, за стадіями розвитку фірми, в які вкладаються венчурні інвестиції. Але їх об'єднує створення робочих місць, активне сприяння збільшенню ВВП, активна підтримка середнього та малого інноваційного підприємництва та фінансування науково-дослідних робіт.

Каталізатором розвитку венчурних інвестицій в Ізраїлі став державний «фонд фондів» Yozma, який співінвестований в приватно-державні венчурні фонди під керуванням приватних керуючих компаній (як правило, іноземних). Частка Yozma в фонді доходиться до 40% [6].

Заслужує на увагу досвід Уряду Фінляндії. За даними Міжнародного інституту розвитку (MID), Всесвітнього економічного форуму (WEF), Міжнародної бізнес-школи (INSEAD), Всесвітньої організації інтелектуальної власності, а також Рейтингу «Global Competitiveness Report» і Рейтингу «Global innovation index» упродовж останніх років Фінляндія входить в першу п'ятірку країн за рівнем інноваційного розвитку [9].

Азія – відносно новий ринок: згідно з оцінкою Blue Future Partners, в регіоні активно працює 162 венчурні фонди. З огляду на активний розвиток та перспективи зростання, в регіон "заходять" міжнародні фонди та з'являються локальні венчурні капіталісти. Серед гравців, які прийшли з глобальної арени або працюють по всій Азії, можна назвати Sequoia, WI Harper Group, IDG Capital [5].

Характерна особливість азіатського венчурного ринку – активна участь держави. Наприклад, GIC Private Limited і Temasek Holdings, засновані урядом Сінгапуру, Innovation Fund For Technology Based Firms – урядом Китаю.

Ще одна особливість – активна участь корпоративних венчурних фондів. Хоча фондів, що працюють в азіатському регіоні, не так багато, на місцевому ринку час від часу укладаються угоди, які вважаються великими навіть за американськими мірками. Так, починаючи з 2015 р. компанія Grab закрила кілька багатомільйонних раундів, а в 2018 р. залучила \$2,5 млрд. [7].

Високими темпами розвивається азіатський ринок стартапів і венчурів. За даними Financial Times на початку 2019 р азіатський венчурний ринок за обсягами майже зрівнявся з американським (\$70,8 млрд. євро проти \$71,9 млрд.) і найближчим часом зможе його обігнати.

В Індії венчурне діяльність реалізовується через 13 технопарків, в яких функціонує 1300 венчурних підприємств, які є розробниками програмного забезпечення. На сьогодні в Індії функціонує 30 інститутів з обслуговуванням венчурних підприємств з 248 філіями, 6 центрів високотехнологічного розвитку підприємництва, 52 науково-технологічних центри, 17 випробувальних станцій з 2 центрами сертифікації продукції, 58 інтегрованих центрів промислового розвитку, 75 виробничих і навчальних центри, 20 галузевих центрів розвитку технології виробництва, 60 технологічних бізнес-інкубаторів, 26 науково-технічних парків, в т.ч. 9 парків програмного забезпечення, 348 діючих зон економічного розвитку [3].

В Австралії за типом фінансування інноваційного бізнесу побудована розгалужена система неповоротних грантів, схема прямих капіталовкладень та спеціальні податкові кредити. Як свідчать дані Світового банку [1], Австралія перебуває на 7 місці у світі за легкістю процедур запуску нового бізнесу та на 6 місці за 118 кредитуванням бізнесу й, загалом, за легкістю ведення бізнесу – 14 місце з-поміж 190 країн світу. Уряд заснував багато фондів з метою забезпечення проектів венчурним капіталом під керівництвом AusIndustry (підрозділ департаменту промисловості), який забезпечує часткове фінансування та гранти у таких галузях, як автомобілебудування, технології очищення, різні виробництва (одягу, побутових приладів, текстильної промисловості та ін.).

2018 р. став роком рекордів для глобального венчурного ринку. Загалом у світі зібрали \$254 млрд. венчурних інвестицій. Це майже на \$70 млрд. більше, ніж у 2017 р. З іншого боку, за даними звіту Venture Pulse, від KPMG Enterprise, загальна кількість угод знизилася до 15,3 тис.

Оцінюючи світовий досвід введення венчурної діяльності визначено, що багато країн побудували ефективний механізм співпраці держави з приватним сектором шляхом:

- створення повністю підпорядкованого державі фонду для прямого фінансування невеликих компаній (Фінляндія);
- створення "фонду фондів" для інвестування в окремі венчурні фонди (так була створена у 1980 р. інвестиційна компанія Flandria у Бельгії);
- розробки схем державного фінансування малих фірм, що роблять інноваційні продукти чи послуги, разом з компаніями приватного сектора, яким гарантується повернення частини позики (75% вартості позики, 1995 р., Німеччина).

Серед інших способів державної підтримки можна виділити:

- прямі державні інвестиції в малі підприємства (США – у кінці 1950 років було створено інститут SBA (Small Business Administration) та започатковано програму сприяння інвестуванню у малий бізнес SBIC (Small Business Investment Company);
- формування мережі "інститутів розвитку" (Ізраїль – програми Magnet і Yozma, Бразилія, Великобританія);
- співфінансування при управлінні проектами (Фінляндія, Бельгія, Чилі, Ізраїль);
- надання податкових пільг і преференцій (Канада, Великобританія, Нідерланди, Швеція);
- держава виступає гарантом (Нідерланди);
- позики МСП під низькі відсотки (Данія);
- інвестування у зарубіжні венчурні фонди (Південна Корея, Сінгапур) [3; 8].

Український ринок венчурних інвестицій важко порівнювати навіть з європейським, не кажучи вже про США та Азію. Венчурних фондів, готових інвестувати на пізніх стадіях, у країні майже немає. Велика частина гравців вкладає в seed-раунди та series A. Це пов'язано не тільки з малим обсягом капіталу, а й з високими ризиками. Обсяги венчурних інвестицій та операцій в Україні набагато нижчі, ніж у більш розвинених регіонах. Однакові компанії, запущені в Україні та в США та орієнтовані глобально, значно відрізняються за вартістю. Це пов'язано з тим, що американська компанія спочатку знаходиться на більшому ринку, у неї більше потенційних користувачів, а у цих користувачів, у свою чергу, вища купівельна спроможність.

Венчурний бізнес в Україні у традиційному розумінні лише починає формуватися, і серед чинників, що впливають на вітчизняний ринок венчурних інвестицій, переважають такі, що гальмують розвиток цього ринку.

Список використаних джерел

1. Инновационная Австралия: особенности инвестиционной деятельности. [Электронный ресурс]. URL : https://inventure.com.ua/analytics/formula/innovacionnaya_avstraliya_osobennosti_investcionno_j_deyatelnosti.
2. Казакова А.М. Венчурное инвестирование инновационных проектов: современные тенденции его развития на примере Российской Федерации и Соединенных Штатов Америки. Вестник Евразийской науки. 2018. № 5. Т. 10. URL: <https://esj.today/PDF/02ECVN518.pdf>
3. Лобас І. Зарубіжний досвід державної підтримки венчурного інвестування інноваційної діяльності. Вісник Національної академії державного управління. 2012. Вип. 1. С. 196-203.
4. Офіційний сайт Української асоціації інвестиційного бізнесу. URL: <http://www.uaib.com.ua/>
5. Пілявоз Т.М. Венчурне підприємництво як напрямок мобілізації ресурсів ефективної господарської діяльності та розвитку підприємств. Економічні, фінансово-облікові та правові проблеми діяльності підприємств: монографія / За заг. ред. Л.М. Савчук. Дніпро: Герда, 2016. С. 319-328.
6. Поручник А.М., Антонюк Л.Л. Венчурный капитал: зарубежный опыт и проблемы становления в Украине: монография. К.: КНЕУ, 2000. 172 с.
7. Сравнение экосистем венчурных инвестиций США, Европы, Азии и Украины. URL: https://inventure.com.ua/analytics/articles/sravnenie_ekosistem_venchurnyh_investijsshaevropyaziiukrainy.
8. УАІБ: Світовий досвід підтримки інноваційної діяльності. URL : <http://www.uaib.com.ua/files/articles/204/124.pdf>.
9. Шилепницький П.І. Перспективи розвитку венчурної індустрії в Україні. Інвестиції: практика та досвід. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/1_2017/12.pdf.

Секція 3

«Глобальний розвиток індустрій та перспективи зростання Industry 4.0.»

УДК 339.13+61

БАБИЧ А. Є.

Національний технічний університет України

«КПІ імені Ігоря Сікорського»,

Науковий керівник – **д.е.н., проф. Іляш О.І.**

Національний технічний університет України

«КПІ імені Ігоря Сікорського», Міжнародний університет фінансів

**ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ НЕЙРОСТИМУЛЯТОРІВ
В УКРАЇНІ ТА СВІТІ**

В сучасних умовах здатність ринку забезпечувати зростання виступає важливою передумовою його функціонування і розвитку. Адже, забезпечення конкурентних переваг властиво для локальних ринків, розвиток яких обмежений та ускладнений об'єктивними чинниками [1]. Власне, це стосується і міжнародного ринку нейростимуляторів (Табл. 1).

Зауважимо, що масштаби сучасного розвитку ринку пристроїв для нейростимуляції суттєво зросли і тому очікується зростання його дохідності найближчі роки [2].

Таблиця 1

Структура міжнародного ринку нейростимуляторів (за дослідженням Global Neuro Stimulation Devices Market Research Report 2021-2027) [2]

Провідні компанії	Типи продукту	Сфери застосування	Країни виробники
Medtronic (США) Сент-Джуд Медікал (США) Boston Scientific (США) Кібероніка (США) Cochlear (Австралія) NDI Medical (США) NeuroPace (США) ElectroCore Medical (США) MED-EL (США) Нейронетіка (США)	DBS (глибока стимуляція мозку) VNS (стимуляція блукаючого нерва) RNS (Реагуюча нейростимуляція) TMC (транскраніальна магнітна стимуляція) SCS (стимуляція спинного мозку) ПНС (стимуляція периферичних нервів)	Контроль над болем; Хвороба Паркінсона; Нетримання сечі і калу; Епілепсія; втрата слуху; гастропарез; депресія; інші.	Північна Америка (Канада, Мексика, США) Європа (Німеччина, Франція, Великобританія, Італія, Іспанія, Росія) Азіатсько-Тихоокеанський регіон (Китай, Японія, Індія, Південна Корея, Австралія) Близький Схід і Африка (Саудівська Аравія, ОАЕ, ПАР) Південна Америка (Бразилія, Аргентина)

За результатами аналітичного дослідження "НЕЙРОНЕТ", обсяг світового ринку нейростимуляторів (електроцевтики) до 2025 року складе 16 млрд дол. проти близько 10 млрд дол. за підсумками 2019 року, при щорічному темпі зростання близько 10%. Необхідно додати, що розвиток ринку нейростимуляторів визначено пріоритетним серед державних організацій США, зокрема, Національного інституту здоров'я (NIH) та Управління перспективних дослідницьких проектів Міністерства оборони (DARPA). В цьому напрямку працює також компанія Galvani Bioelectronics, заснована GlaxoSmithKline і Google" [3]. У той же час відповідно до дослідження «Global Neurostimulation Devices Market: Analysis and Forecast, 2021-2030» до 2030 року світовий ринок пристроїв для нейростимуляції досягне 18,0 млрд дол.

Окрім того, важливо, що компанії отримали велику кількість дозволів на виробництво та реалізацію продукції, включаючи FDA, PMDA, Міністерство охорони здоров'я, праці та соціального забезпечення Японії, сертифікацію CE, сертифікацію Європейського Регламенту з медичного обладнання (MDR) і дозволів TGA. Серед провідних компаній слід відзначити Medtronic plc, Heliuss Medical Technologies, BrainsWay, Nevro Corporation і Cochlear Ltd, які отримали максимальну кількість дозволів на продукцію. Наприклад, у січні 2020 року компанія

Medtronic plc отримала сертифікат CE на систему нейростимулятора Percept для ПК з технологією BrainSens (цей пристрій використовується для лікування хвороби Паркінсона).

Додамо, що розвитку ринку сприяє безліч факторів, включаючи зростаюче поширення неврологічних захворювань, таких як хвороба Паркінсона, хвороба Альцгеймера, епілепсія і невропатичний біль. Пристрої нейростимуляції показали багатообіцяючі результати в лікуванні захворювань, а також пропонують профілактичне лікування таких станів для різних вікових категорій.

Очікується, що в залежності від регіону Північна Америка та Європа збережуть лідируючі позиції на ринку протягом прогнозного періоду 2021-2030 рр. Провідні підприємства США, включаючи Abbott Laboratories, Boston Scientific Corporation, Inspire Medical Systems, Inc., Nuvectra Corporation, NeuroMetrix, Inc. вибудували стратегічне партнерство з провідними дослідницькими центрами та університетами, а також з державними медичними дослідницькими центрами, які б сприяли розробці власних продуктів. Так, наприклад, у травні 2019 року компанія Abbott Laboratories в партнерстві з NIH виступила з ініціативою BRAIN (дослідження мозку через просування інноваційних нейротехнологій) задля прискорення розвитку неврологічної науки [4].

На жаль, в Україні кількість досліджень нейронаук значно нижча, ніж у таких країнах, як США та Китай. За даними Scimago Journal & Country Rank, кількість публікацій в Україні за 2019 рік склала 57 проти 28,3 тис од. у США, 11,8 тис у Китаї та 7,5 тис од. у Німеччині. Проте, динаміка наукової співпраці у Україні має тенденцію до зростання за період 2009-2019 рр. Тенденції розвитку інтернаціональних колаборацій у сфері дослідження нейронаук представлені на Рис. 1

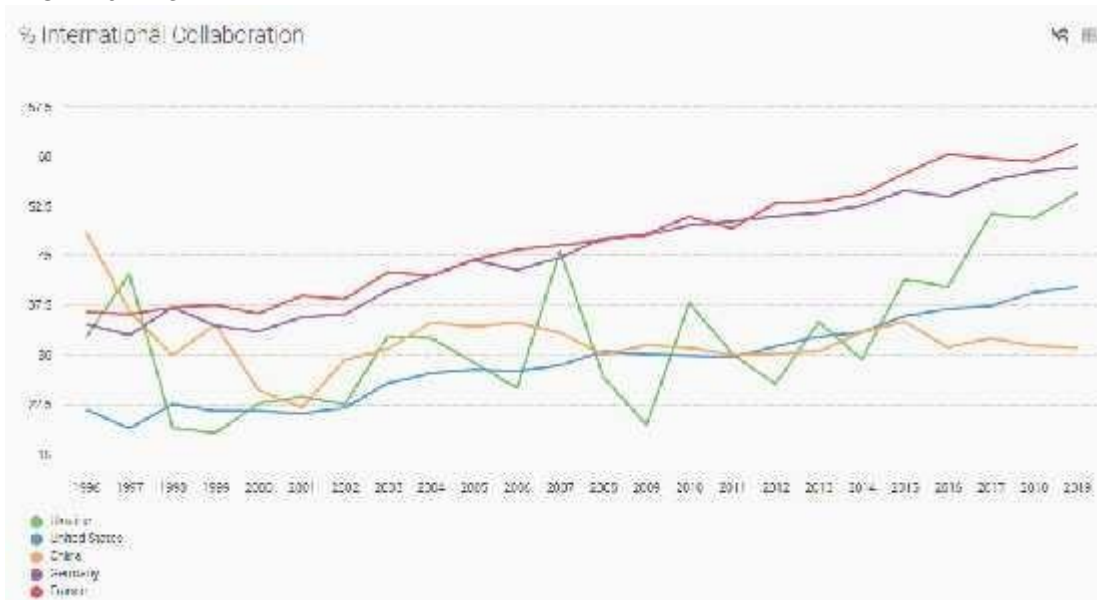


Рисунок 1 – Розвиток інтернаціональних колаборацій у сфері дослідження нейронаук

Окрім того, в Україні слабо розвинутий ринок нейростимуляторів і, в основному, представлений стартапами або медичними розробками. Нейростимуляційна система «НейСі-ЗМ» – це нейростимулятор українського виробництва, який частково імплантується, використовується в нейрохірургії та призначений для тривалої електростимуляції периферичних нервів і сплетінь, спинного мозку, ділянок головного мозку, з метою зняття нейропатичного болю, а також для відновлення функцій пошкоджених структур центральної та периферичної нервових систем (нервів, сплетінь, головного і спинного мозку) [5]. Сьогодні, ринок пропонує пристрої вартістю 20 -25 тис євро, однак розробка українського стартапу Latrax, представлена на міжнародному конгресі Impact'18, може змінити цю практику, відтак, нейростимулятори Latrax коштуватимуть близько 5 тис євро (Табл.2) [6].

Таблиця 2

Порівняння вартості нейростимуляторів Medtronic (США) та НейСі-ЗМ (Україна), тис. доларів США [5]

	Medtronic	НейСі-ЗМ
Вартість системи, що імплантується	16-20	2
Вартість стимулятора для тестових стимуляцій	70	3

Разом з тим, поява революційно нових технологій за рахунок великої кількості досліджень та зростання інтенсивності конкурентної боротьби, знижує можливості проникнення українського продукту на нові географічні ринки, а також зниження рівня конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств. Відтак, для розвитку ринку нейростимуляторів необхідно забезпечити: унеможливлення дублювання в дослідженнях з метою уникнення зайвих витрат; стаке фінансування державного замовлення на дослідження та реалізацію національних цільових програм підтримки виробництва нейростимуляторів; спільні наукові розробки із зарубіжними інвесторами та провідними компаніями світу. В цілому, запровадження інновацій та розвиток інтернаціональних колаборацій сприятиме досягненню конкурентних переваг вітчизняних ринків нейростимуляторів на світових ринках [1].

Таким чином, недостатність в Україні розвитку інфраструктури для реалізації проєктів розвитку ринку нейростимуляторів в довгостроковій перспективі, недостатність фінансування, недостатня поінформованість населення щодо розробок та досліджень та відсутність масштабних проєктів на кшталт BRAIN знижує здатність виходу українського сегменту нейростимуляторів на іноземні ринки. У той же час, фактором, який сприяє підвищенню конкурентоспроможності нейростимуляторів є цінова політика українського ринку нейростимуляторів. За рахунок зниження витрат, оптимізації технологічної структури, створення конкурентного іміджу можливе збільшення товарообrotу та зростання цільового сегмента ринку нейростимуляторів в Україні.

Список використаних джерел

1. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців (2016). – Львів: Видавництво ЛКА, 484 с.
2. Global Neuro Stimulation Devices Market Research Report 2021-2027 [Електронний ресурс] // Calibre Research. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://marketresearchexpertz.com/report/global-neuro-stimulation-devices-market-333480#report-details>.
3. Прогноз об'єму світового ринку нейростимуляторів до 2025 року. [Електронний ресурс] // Нейронет. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://rusneuro.net/novosti/aleksandr-semenov-podelilsa-prognozm-obeema-mirovogo-rynka-neirostimulatorov-k-2025-godu>.
4. Global Neurostimulation Devices Market: Analysis and Forecast, 2021-2030 [Електронний ресурс] // BIS. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://www.researchandmarkets.com/reports/5136163/global-neurostimulation-devices-market-analysis?utm_source=GNOM&utm_medium=PressRelease&utm_code=6hlkgf&utm_campaign=1445074+-+Global+Neurostimulation+Devices+Market%2c+2021-2030+-+Evolution+of+Biomarker-Based+Therapeutics+Enabling+Early+Diagnostics+of+Neurological+Disorders&utm_exec=chdo54prd.
5. НейСи система [Електронний ресурс] // ВЭЛ – Режим доступу до ресурсу: <https://wel-medical.com/neysi-sistema/>
6. Навольнева І. Наші в місті: як українські стартапи дивували Краків [Електронний ресурс] / Ірина Навольнева // Дім іновачій. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://innovationhouse.org.ua/statti/nashi-v-misti-jak-ukrainski-startapi-divuvali-krakiv/>.

ДЕЙНЕКА К. А.

студентка гр.УП-71, ФММ,
 НТУУ КПІ ім. Ігоря Сікорського
 Науковий керівник – к.е.н., доц. Трофименко О.О.
 НТУУ КПІ ім. Ігоря Сікорського

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ

Будь-яке підприємство, яке працює у правовому колі, укладаючи угоду з іншими, обов'язково обмінюється з ним низкою різних документів - договори, додатки, рахунки, акти виконаних робіт тощо. При чому, з появою кожного нового контрагента кількість документів збільшується, як зростає і обсяг часу, які співробітники витрачають на їх опрацювання. Саме тому більшість підприємств використовують системи електронного документообігу.

В Україні основні засади щодо електронного документообігу регламентуються Законом України «Про документи та електронний документообіг». Сьогодні впровадження електронного документообігу активно підтримується та є пріоритетним напрямом розвитку уряду в країні [1].

Електронний документообіг (ЕДО) – сукупність процесів створення, опрацювання, відправлення, передавання, одержання, зберігання, використання електронних документів, які виконуються із застосуванням перевірки цілісності та у разі необхідності з підтвердженням факту одержання таких документів [1,2]. ЕДО потрібен всім, хто хоче систематизувати інформацію на підприємстві, упорядкувати, спростити, прискорити виконання господарських операцій та підвищити рівень ефективності управління ним. Впроваджуючи ЕДО на підприємствах необхідно розробити власну інструкцію з діловодства, яка буде містити порядок електронного документообігу. Також, потрібно обрати відповідний програмний продукт для введення документообігу в електронній формі, який найбільше задовольнятиме вимоги користувачів.

Система електронного документообігу (СЕД) – це комп'ютерна автоматизована система, що використовується для ідентифікації, збереження, відстежування та керування циркуляцією документів [3]. Український ринок програмного забезпечення представлений низкою різних програмних продуктів, в тому числі призначений для введення електронного документообігу. Серед них найпопулярнішими є «М.Е.Дос», «COTA», «FREDO ДокМен», «Вчасно», «FlyDoc» та ін.

Порівняльний аналіз зазначених програм наведено в табл.1. Наведений перелік систем для автоматизації діловодства та документообігу підприємств не є вичерпний, як і перелік їхніх функціональних можливостей. Проте, не зважаючи на певні незначні відмінності програм, спільною метою зазначених сервісів електронного документообігу є можливість швидко та вчасно отримувати необхідні документи й забезпечувати їх довготривале збереження та документообіг.

Оптимальний вибір системи ЕДО та впровадження на підприємстві залежить не лише від аналізу функціональних можливостей програми, але й від її вартості, порядку ліцензування, наявності послуг з технічної підтримки, можливості встановлення демо-версій для ознайомлення з роботою системи тощо. Порівняльна характеристика систем електронного обігу подана в табл. 1.

Таблиця 1 - Порівняльна характеристика систем електронного документообігу

Програма/критерії	М.Е.Дос	COTA	FREDO ДокМен	Вчасно	FlyDoc
Можливість працювати в одному обліковому записі одразу з декількома підприємствами	+	+	+	+	+
Підтримка колективної роботи користувачів	+	+	+	+	+
Імпорт документів з облікових систем	+	+	+	+	+
Створення первинних документів за існуючими шаблонами безпосередньо в програмі	+	+	+	+	+
Можливість створення власних шаблонів первинних документів	+	+	+	-	+

Продовження таблиці 1

Автоматична перевірка наявності помилок у документах	+	+	+	+	+
Контроль статусу документу	+	+	+	+	+
Реєстрація податкових накладних та розрахунку коригування	+	+	-	+	+
Можливість введення книги обліку доходів і витрат	-	+	-	-	-
Пошук документів за встановленими параметрами	+	+	+	+	+
Наявність вбудованого поштового серверу	+	-	+	+	-
Можливість збереження документів на хмарі	+	+	+	+	+
Підтримка змін законодавства	+	+	+	+	+
Інтеграція з іншими програмами	+	+	+	+	+
Підтримка електронно-цифрового підпису	+	+	+	+	+

Джерело: сформовано за даними [4-8]

Отже, кожне підприємство на власний розсуд обирає яке саме програмне забезпечення використовувати у своїй діяльності. Найоптимальніше рішення на користь тієї чи іншої програми для ведення електронного документообігу буде отримане на підставі аналізу середньозважених оцінок, які підприємство визначило для обраної системи ЕДО, на відповідність встановленим критеріям.

Список використаних джерел

1. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22.05.2003 р. № 851-IV (зі змінами та доповненнями).
2. Порядок роботи з електронними документами у діловодстві та їх підготовки до передавання на архівне зберігання: Наказ Міністерства юстиції України від 11.11.2014 № 1886/5.
3. FossDoc. URL: <https://fossdoc.com/> (дата звернення: 21.12.2020).
4. M.E.Doc - своєчасна звітність та простий обмін документами. URL: <https://medoc.ua/> (дата звернення: 21.12.2020).
5. COTA: Звітність і документообіг. URL: <https://sota-buh.com.ua/> (дата звернення: 21.12.2020).
6. FREDO. URL: <https://fredo.com.ua/> (дата звернення: 21.12.2020).
7. Електронний Документообіг в Україні – Вчасно. URL: <https://vchasno.ua/> (дата звернення: 21.12.2020).
8. FlyDoc. URL: <https://flydoc.ua/uk> (дата звернення: 21.12.2020).

УДК 658.7:339.92

КОБА М.О.

*Аспірант кафедри менеджменту та інновацій
Науковий керівник – к.е.н., проф. Смоляр Л.Г.
Міжнародний університет фінансів*

СТАН ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Формування Індустрії 4.0, в якій ключову роль відіграють сучасні технології та знання, нерозривно пов'язана також з ідеєю зміни процесів управління логістики та формуванням відповідно нової концепції Логістики 4.0, що здатна буде подолати складність сучасної логістики та виробництва. Тому аналіз стану та готовності транспортно-логістичної системи України до формування нових підходів та їх відповідності світовим тенденціям є питанням сталого економічного розвитку та безпеки нашої держави.

Проаналізуємо стан логістичного розвитку держави відповідно до узагальненої методології оцінювання ефективності логістики Світового Банку, що дозволяє здійснювати міжнародні порівняння розвитку країн безпосередньо за їх логістичними можливостями. Узагальнюючим показником розвитку логістики для кожної країни виступає Індекс Ефективності Логістики (Logistic Performance Index, LPI). Ця методика розроблена та вперше застосована в 2007 році групою Всесвітнього Банку спільно з Університетом м. Турку (Фінляндія) для оцінювання рівня розвитку логістики в різних країнах. Індекс ефективності логістики розраховується кожні два роки для кожної з країн на основі анкетного опитування

більше, ніж 800 найбільших міжнародних логістичних компаній. Науковці та бізнес розглядають цей показник як один з найважливіших індикаторів розвитку торгівлі та економіки країни загалом.

Індекс Ефективності логістики оснований на більше, ніж 5000 індивідуальних оцінок та показників, об'єднаних в шість основних груп [1]:

1. Ефективність процесу оформлення (швидкість, простота і передбачуваність формальностей) органами прикордонного контролю, включаючи митницю;
2. Якість торгової і транспортної інфраструктури (наприклад, порти, залізниці, дороги, інформаційні технології);
3. Легкість організації поставок за конкурентоспроможними цінами;
4. Компетентність і якість логістичних послуг (наприклад, транспортних операторів, митних брокерів);
5. Здатність прокладати маршрути і відстежувати вантажі (трекінг та трейсинг);
6. Своєчасність відвантаження в напрямку призначення в запланований або очікуваний час доставки.

Таблиця 1. Міжнародний рейтинг LPI результатів за 2018

Економіка	LPI р-г	LPI бал	Митниця		Інфр-ра		Міжнародні відправлення		Якість логістики		Трекінг		Вчасність	
			Р-г	Бал	Р-г	Бал	Р-г	Бал	Р-г	Бал	Р-г	Бал	Р-г	Бал
Німеччина	1	4.20	1	4.09	1	4.37	4	3.86	1	4.31	2	4.24	3	4.39
Швеція	2	4.05	2	4.05	3	4.24	2	3.92	10	3.98	17	3.88	7	4.28
Бельгія	3	4.04	14	3.66	14	3.98	1	3.99	2	4.13	9	4.05	1	4.41
Австрія	4	4.03	12	3.71	5	4.18	3	3.88	6	4.08	7	4.09	12	4.25
Японія	5	4.03	3	3.99	2	4.25	14	3.59	4	4.09	10	4.05	10	4.25
Голландія	6	4.02	5	3.92	4	4.21	11	3.68	5	4.09	11	4.02	11	4.25
Сінгапур	7	4.00	6	3.89	6	4.06	15	3.58	3	4.10	8	4.08	6	4.32
Данія	8	3.99	4	3.92	17	3.96	19	3.53	9	4.01	3	4.18	2	4.41
ВБ	9	3.99	11	3.77	8	4.03	13	3.67	7	4.05	4	4.11	5	4.33
Фінляндія	10	3.97	8	3.82	11	4.00	16	3.56	15	3.89	1	4.32	8	4.28
...														
США	14	3.89	10	3.78	7	4.05	23	3.51	16	3.87	6	4.09	19	4.08
...														
Китай	26	3.61	31	3.29	20	3.75	18	3.54	27	3.59	27	3.65	27	3.84
...														
Польща	28	3.54	33	3.25	35	3.21	12	3.68	29	3.58	31	3.51	23	3.95
...														
Україна	66	2.83	89	2.49	119	2.22	68	2.83	61	2.84	52	3.11	56	3.42

Складено автором на основі: [1]

Як видно з таблиці, лідером рейтингу за Індексом Ефективності Логістики стала Німеччина із загальним балом 4,2. Швеція, Бельгія, Австрія та Японія увійшли в п'ятірку кращих держав за рівнем розвитку логістики. При цьому найгірший стан умов для здійснення логістики має Афганістан[2].

Таким чином, з таблиці 1 видно, що Україна має значні проблеми з розвитком логістики, займаючи лише 66 місце. Найгіршим з груп індикаторів за 2018 рік виступає інфраструктура (119 місце з коефіцієнтом 2,22), яка оцінюється за такими напрямками – інфраструктура доріг, інфраструктура аеропортів, інфраструктура портів, залізнична інфраструктура, складування та перевантаження, ІКТ інфраструктура.

Варто зазначити, що Україна має стратегічне розташування між Європою і Азією, об'єднуючи ЄС з Росією і Центральною Азією, і маючи на своїй території чотири з десяти паневропейських транспортних коридорів. З точки зору розміру Україна є найбільшим ринком в Європі (за винятком Росії) для залізничних вантажних перевезень і 4 - й за об'ємом пасажирських перевезень. Україна має достатню інфраструктуру для підтримки своєї експортно - орієнтованої економіки – близько 170 000 км доріг, близько 22 000 км залізничного полотна, 13 морських портів уздовж материкової частини України, більше 20 пасажирських аеропортів.

По відношенню до 2016 року Україна піднялася на 14 позицій в рейтингу, займаючи наразі третє місце серед країн СНД. Росія знаходиться на 75 місці, Білорусь – на 103, Казахстан – на 71[2]. Поряд з тим, сусідня Польща має 26 рейтинг.

Варто зазначити, що за попередніми рейтингами Україна займала вже 66 позицію в 2012і навіть 61 у 2014 році. Тому зростання рейтингу є лише поверненням попередніх втрачених позицій, але, в цілому, звісно, це є вже позитивною тенденцією.

Одним з висновків оцінювання країн за їх індексом ефективності логістики є те, що в середньому країни з високими доходами мають значення індексу на 48% вище, ніж країни з

низькими доходами[3]. Тому такі низькі показники Індексу є викликом як для держави, так і бізнесу.

Вважаємо, що подолати дані проблеми допоможуть лише взаємодія та співпраця між бізнесом та державою, пошук інноваційних рішень та інвестиції в логістику та транспорт. Такими інноваційними рішеннями, на нашу думку, є розвиток приватно-державного партнерства та кластеризація бізнесів транспортно-логістичної сфери, що і є перспективними напрямками досліджень.

Список використаних джерел

1. Arvis, J.-F., Ojala, L., Wiederer, Ch., Shepherd, B., Raj, A., Dairabayeva, K., & Kiiski, T. (2018). *Connecting to Compete 2018: Trade Logistics in the Global Economy*. <https://dx.doi.org/10.1596/29971>.
2. Україна заняла 66 место в рейтинге логистической эффективности. Это третья позиция в пост-советском регионе. URL: <https://ain.ua/2018/07/30/ukraine-lpi-2018/>
3. Світовий Банк (2019). *How Countries Stack Up*. URL: <https://lpi.worldbank.org/>
4. Dikan, O., Polyakova, O., Ustenko, M., Shramenko, O., Rekun, A. (2018). Specifics of Participation of Industrial Companies of the Railway Transport in Ukraine in Functioning of Innovation-Oriented Industrial Logistic Clusters, *International Journal of Engineering & Technology*, 7 (4.3), 426-431. <https://dx.doi.org/10.14419/ijet.v7i4.3.19909>.

УДК 339.166.5

КОБЗАР В. В.

Студент кафедри економіки та підприємництва
Науковий керівник – к.е.н., доц. Трофименко О. О.
Міжнародний університет фінансів

ПРОВЕДЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО АУДИТУ ПРОЕКТУ (НА ПРИКЛАДІ ІТ-ПРОЕКТУ РОЗРОБКИ СИСТЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ)

В умовах стрімкого розвитку інфраструктури та поглиблення інформатизації господарських процесів ефективність діяльності підприємств, установ та організацій дедалі більше залежить від інформаційних технологій (ІТ), що використовуються в системах управління. Нині середовище інформаційних технологій (ІТ-середовище) як структурна складова організації являє собою складну систему, яка об'єднує різноманітні інформаційні, програмні, технічні, людські й інші види ресурсів для досягнення цілей організації, підприємства, установи. Це зумовлює зростання потреби у підвищенні ефективності й економічності використання ІТ, збільшення переваг і усунення недоліків від їх застосування, а також обґрунтування витрат на ІТ. Для задоволення такої потреби все більшого значення набуває регулярне застосування в системі управління організацій аудиту інформаційних технологій (ІТ-аудиту) [1].

ІТ-аудити є ключовим компонентом для забезпечення якості інформаційних систем та прикладного програмного забезпечення. Безнадійних інформаційних систем та результативних ІТ-заходів контролю, організація не зможе правильно виконувати операції/транзакції та узагальнювати надійну фінансову звітність, що, своє чергою, впливає на рівень досягнення поставлених перед нею завдань та цілей.

Переваги, що надає аудит:

Керівнику

- розуміння проблем і шляхів їх вирішення;
- відповідність ІТ планам розвитку організації;
- регламентацію процесів;
- оптимізацію бюджету і збереження інвестицій в ІТ.

ІТ-департаменту

- виявлення проблем і вузьких міст системи;
- план розвитку ІТ;
- підтримка керівництва для впровадження новинок.

Працівникам

- регламентація діяльності;
- розуміння напрямку розвитку процесів;

- розуміння цілей впровадження ІТ;
- стабільна робота.

Об'єкт ІТ-аудиту (предмет дослідження) слід описувати таким чином, щоб не виникало непорозуміння щодо визначення його меж. Належний об'єкт ІТ-аудиту можна ідентифікувати, оцінювати однаковим способом або за визначеними критеріями аудиту, і він носить такий характер, що інформація про нього може стати предметом процедур збору достатніх належних доказів для формування висновку.

Проведення аудиту ІТ-середовища організації, а відповідно визначення правильного об'єкта ІТ-аудиту та критеріїв аудиту, слід базувати на ризиках. ІТ-аудитори повинні вирішувати, які сфери підлягають аудиту на основі оцінки ризиків шляхом визначення критичних6 активів ІТ та врахування потенційних ризиків і важливих заходів контролю. Активи – це цінні інформаційні системи, процедури і правила. Ризики – це потенційно «погані події», які можуть відбутися з активами. Заходи контролю – це пом'якшуючі фактори для захисту активів від потенційних ризиків [2].

Кроки ІТ аудиту

1. Попереднє дослідження об'єкта аудиту та планування внутрішнього аудиту;
2. Проведення аудиту та аналіз;
3. Підготовка аудиторського звіту;
4. Відстеження результатів впровадження аудиторських рекомендацій.

Процес ІТ аудиту в зазначених аспектах не відрізняється від будь-яких інших видів аудиту та здійснюється відповідно до тих самих кроків.

Попереднє дослідження об'єкта та планування аудиту є першим етапом у процесі внутрішнього аудиту. Його метою є прийняття рішення щодо необхідності та фокусу дослідження, збір інформації про об'єкт аудиту, включаючи аналіз процесу та діючих в його межах системних контрольних заходів, визначення питань аудиту, методів і критеріїв, та складання програми аудиту[1].

Цей етап має наступну послідовність (кроки):

- постановка завдання;
- попереднє планування аудиторського дослідження [1].

Методи і процедури проведення дослідження та подальшого аналізу зібраних даних напряму залежать від типу аудиторського висновку, який передбачений аудитом в залежності від його напряму, теми та цілей. Тому перед тим як обрати необхідні методи проведення аудиту потрібно визначитись з типом аудиторського висновку, який буде надано за результатами аудиту.

При здійсненні ІТ-аудиту аудиторські висновки, мають вигляд узагальненого формулювання підтверджених доказовою базою проблем аудиту (питань аудиту/гіпотез). Для підготовки висновку аудиторська група, як правило, також використовує критерії, які окремо визначаються для підтвердження/не підтвердження кожної проблеми.

Підґрунтям для формування аудиторських висновків є фактичні знахідки, отримані в результаті аналізу аудиторських доказів, інформації зібраної в процесі аудиту під час документування різних питань аудиторського дослідження. В окремих випадках вони можуть бути єдиним результатом дослідження. Зокрема, це може бути у випадку, коли аудитор ставиться завдання оцінити чи існують певні проблеми або ризики у процесі (як наприклад, ймовірність помилки у процесі автоматизованої обробки інформації) [1].

Аудиторський звіт є найбільш важливим результатом процесу аудиту, оскільки у ньому представлені аудиторські висновки та рекомендації, які забезпечують додаткову цінність від аудиту. Добре написаний і представлений керівництву аудиторський звіт сприяє розумінню необхідності змін та спонукає керівництво до вжиття відповідних коригуючих дій.

Аудиторський звіт переслідує три основні цілі:

- інформувати керівництво установи щодо результатів аудиту та стану об'єкта аудиту;
- переконати керівництво установи, що аудиторські висновки (знахідки) та рекомендації дієві й важливі;
- переконати керівництво установи вжити відповідні дії.

Остаточним завершенням внутрішнього аудиту є етап відстеження результатів впровадження аудиторських рекомендацій [1].

Основи для успішного проведення цього етапу діяльності внутрішнього аудиту мають бути закладені при підготовці самих рекомендацій.

Для забезпечення можливості подальшого відстеження результатів їх впровадження, самі рекомендації повинні відповідати низці ключових правил, зокрема, вони мають:

- містити конкретні, доцільні та економічні заходи;

- за кожним заходом визначати відповідальних виконавців і чіткі терміни виконання. Якщо реалізація одного заходу, передбачає декілька виконавців усі вони мають бути визначені, при чому для кожного з них доцільно встановити персональні терміни. В подальшому, у разі невиконання заходу, це дозволить чітко розмежувати сфери відповідальності та встановити хто із співвиконавців і на якому етапі не забезпечив його реалізації;
- бути орієнтовані на конкретний результат (містити очікуваний результат їх впровадження), досягнення якого також має бути чітко визначено у часі;
- за можливості визначати методи, періодичність та часові рамки процесу відстеження / моніторингу.

На сьогоднішній день існує багато методологій для проведення аудиту проектів, в нашому випадку варто використати методологію для проведення аудиту IT-проекту, а саме Prince 2.

Prince 2 – це методологія управління проектом, яка охоплює управління якістю, контроль і організацію проекту послідовно і узгоджено з цілями. Prince 2 використовується для IT-проектів, а також для багатьох інших видів проектів.

Нами було проведено технологічний аудит IT-проекту "Розробки системи оцінювання знань студентів".

Особливість даного проекту полягає у можливості додатково підтверджувати особистість студента під час проходження ним тестових завдань.

Аудит здійснювався з використанням процесів вищого рівня [4]:

- Directing a Project (DP);
- Managing Stage Boundaries (SB);
- Controlling a Stage (CS);
- Planning (PL).

За результатами проекту встановили, що проект має базовий функціонал, проте для повноцінного задоволення потреб кінцевих споживачів необхідно збільшити спектр можливостей системи, а саме:

1. Змінити формат створення тестових завдань;
2. Збільшити варіативність створюваних тестів;
3. Впровадити слідкуючу систему під час проходження тестів;
4. Поліпшити користувацький інтерфейс для адміністрації та викладачів.

Після виділення необхідного додаткового функціоналу для системи було складено план з його реалізації.

Список використаної літератури

1. Гаврилова Л. В., Ян ван Тайнен, Шкурпат О. Г., Манфред ван Кестерен, Герард ван ден Берг, Рудніцька Р. М., Чорнуцький С. П., Тимохін М. Г., Боровкова Т. В., Любиш-Родченко А. Г., Горбачев С. В. Практична методологія іт-аудиту. Київ, 2015. 45 с.

2. Зозульов О. В. Підходи до проведення технологічного аудиту. Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2014. № 3 (13). С. 94–103. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html> (дата звернення: 30.03.2021).

3. Програмний комплекс «Технологічний аудит» / В. М. Колодяжний, Д. О. Лісін, О. Г. Гурко, В. С. Селищев, К. Є. Сандуленко. – № 31992; Опубліковано 08.02.2010. – К.: Державне підприємство реєстрації авторських прав, 2010.

4. PRINCE2 Revision. Managing a Stage Boundary URL: <https://sites.google.com/site/mhprince2revision/processes/managing-a-stage-boundary-sb> (дата звернення: 30.03.2021).

УДК 65.011.001.76

КОВАЛЬЧУК Г. О.

*Студентка кафедри менеджменту та інновацій
Науковий керівник - к.е.н., доц. Трофименко О. В.
Міжнародний університет фінансів*

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні ринкові умови характеризуються швидкозмінністю, що вимагає від підприємств значних зусиль з підвищення конкурентоспроможності. Основним стратегічним напрямом є управління інноваційним потенціалом організації. Високий ступінь невизначеності і нестійкості

зовнішніх зв'язків, не завжди прогнозовані зміни зовнішнього середовища вимагають розвитку стійкості системи управління до зовнішніх впливів, а також високої гнучкості для адаптації до них. Ступінь використання потенціалу залежить від характеру стратегічного розвитку та ефективності системи менеджменту на підприємствах. Таким чином, актуалізуються питання пошуку ефективної системи управління інноваційним потенціалом промислового підприємства.

Під впливом внутрішньої і зовнішньої конкуренції інновації стають одним з важливих елементів менеджменту на підприємстві. Нові продукти, прогресивні технології визначають ефективність підприємницької діяльності, забезпечують довгострокове функціонування і фінансову стабільність підприємств. У свою чергу, інноваційна спрямованість стратегії розвитку виробництва формує нові вимоги до змісту управлінської діяльності, викликаючи необхідність вдосконалення специфічних форм інноваційного менеджменту.

Управління інноваційним потенціалом є складовою частиною інноваційного менеджменту і вирішує питання планування і реалізації інноваційних стратегій, що забезпечують сталий розвиток підприємства. Розробка інноваційних стратегій здійснюється на основі оцінки потенційних можливостей підприємства і його інноваційного потенціалу. Аналіз зовнішнього оточення підприємства дозволяє виявляти шанси і фактори ризику на ринку, аналіз інноваційного потенціалу дозволяє оцінити ресурси підприємства з точки зору можливості їх використання для підприємства стратегічних рішень [1].

Сьогодні формування і розвиток інноваційного потенціалу стає визначальним фактором сталого розвитку промислового підприємства, який пов'язаний з використанням результатів наукових досліджень і розробок для створення принципово нової продукції, створення та застосування нових технологій її виробництва з наступним впровадженням і реалізацією на ринку. Інноваційний потенціал будь-якого промислового підприємства залежить від специфіки і масштабів його діяльності, а ступінь використання потенціалу визначає інноваційні можливості і сприйнятливість підприємства до нововведень [2].

Існує два підходи до оцінки інноваційного потенціалу: діагностичний і детальний [1]. Діагностичний підхід передбачає аналіз і діагностику інноваційного потенціалу в умовах нестачі інформації і найчастіше являє собою методику експертних оцінок. Детальний підхід є більш точним і ефективним. Встановлення фактичного стану інноваційного потенціалу відбувається при послідовному чисельному обчисленні потенціалу кожного з компонентів і параметрів.

Для ефективного реалізації можливостей інноваційного потенціалу підприємства (ІПП) недостатньо його оцінки. З'являється необхідність у застосуванні механізмів управління інноваційним потенціалом [3]. Управління інноваціями – одна з важливих частин політики організації.

Система управління інноваційним потенціалом підприємства (ІПП) включає в себе об'єкт управління – інноваційний потенціал і суб'єкт управління – органи управління, у складі яких здійснюється прийняття інноваційних рішень. Основою системи управління потенціалом є забезпечення взаємодії об'єкта і суб'єкта управління, при якому досягається найбільша системна ефективність використання інновацій. Управлінськими рішеннями забезпечується формування локальних стратегій в рамках системної стратегії нововведень.

Вдосконалена концепція менеджменту інноваційного потенціалу підприємства повинна ґрунтуватись на комплексному підході, що передбачає взаємодію процесного, ситуаційного та системного підходів управління, а також вимагає створення відповідного організаційно – економічного механізму, основними складовими якого є: цілі, задачі, принципи, функції та методи управління [4].

Цілі управління ІПП доцільно сформулювати як «забезпечення ефективного динамічного інноваційного розвитку підприємства, яке відображається в підвищенні його ринкової вартості за будь-яких змін зовнішнього середовища», а відповідно і задачі повинні бути сформульовані з урахуванням зміни базових параметрів інноваційного потенціалу.

Система управління інноваційним потенціалом підприємства повинна відповідати визначеним принципам (цілеспрямованості, ефективності, комплексності, науковій обґрунтованості, гнучкості, адаптивності, систематичності, своєчасності, безперервності), охоплювати функції (діагностика, планування, мотивація, забезпечення (організація), моніторинг та контроль), а також функціонувати за допомогою конкретних методів управління (прямі та непрямі, адміністративні, економічні, технічні та соціально-психологічні, активні та пасивні) [4].

Система управління ІПП з урахуванням функцій менеджменту відповідає класичній схемі процесу управління, що являє собою функціональні підсистеми, які утворюють комплексну динамічну багаторівневу систему управління потенціалом. Слід зазначити, що функціональні

підсистеми функціонують шляхом здійснення управлінських дій стосовно певних аспектів діяльності і є невід'ємною складовою системи більш високого рівня [4].

Підсистема діагностики – це комплексний попередній висновок про стан фактичного та перспективного інноваційного потенціалу підприємства, який досліджується на основі різної аналітичної інформації, її синтезу та зіставлення. Без якісної проведеної діагностики ІПП неможливо прийняти обґрунтоване та ефективне рішення, не можна планувати систему управління.

Підсистема планування [4] - полягає у визначенні напрямків, цілей, темпів зростання і передбачає розробку рішення про такі шляхи досягнення результату, як наприклад строки, виконавці, етапи виконання. Підсистема планування ІПП складається зі стратегічного, тактичного та оперативного планування оптимальної системи формування, реалізації та розвитку інноваційного потенціалу підприємства.

Підсистема мотивації персоналу - спрямована на спонукання до сумлінного виконання підлеглими їх обов'язків.

Підсистема організації - вирішує питання кінцевої оптимальної структури інноваційного потенціалу та упорядкування й регламентацію дій виконавців.

Підсистема моніторингу та контролю в системі управлінням інноваційним потенціалом підприємства носить всеосяжний характер і прямо або побічно пов'язана з усіма підсистемами менеджменту.

Формування ефективної системи управління інноваційним потенціалом, яка має на меті збільшення ринкової вартості суб'єкта, повинна враховувати весь спектр внутрішніх та зовнішніх факторів впливу та вхідних параметрів, а також всі види зв'язків, які охоплюють різноманітні елементи системи та суттєво впливають на характеристики системи менеджменту.

В системі управління інноваційним потенціалом підприємства присутні різноманітні види зв'язків [4], які характерні складним багатоелементним і динамічним системам: взаємодія, перетворення, функціонування, розвиток і управління. Зазначені зв'язки охоплюють різноманітні елементи системи і суттєво впливають на характеристики системи менеджменту. Враховуючи динамічність системи, що розглядається, слід відмітити, що її зв'язки повинні бути гнучкими та адаптованими до змін зовнішнього середовища.

Задля уникнення негативного впливу факторів макросередовища, що в свою чергу обмежують механізм управління, ключовим завданням управління інноваційним потенціалом має стати постійний моніторинг ринкового середовища та розробка системи заходів швидкого реагування на динамічні зміни.

У сучасних умовах ринкової конкуренції, становлення інноваційної економіки та забезпечення науково-технічного та інноваційного розвитку, лише незначна кількість підприємств приділяє необхідну увагу управлінню інноваційним потенціалом. Однак, саме воно надає підприємству необхідні переваги у конкурентній боротьбі. Враховуючи сучасні тенденції, перемогу у конкурентній боротьбі може гарантувати лише перехід на інноваційний шлях розвитку. Важливу роль в якому відіграє саме управління інноваційним потенціалом.

Таким чином, створення ефективного механізму управління інноваційним потенціалом на промислових підприємствах дозволить приймати обґрунтовані рішення в сфері управління на стратегічному рівні, знизити ризик інноваційної діяльності в результаті впровадження комплексної оцінки інноваційного потенціалу, підвищити ефективність використання наявних ресурсів підприємства. Саме управління інноваційним потенціалом є необхідним аспектом на шляху інноваційного розвитку та забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Список використаних джерел

1. Толмачова О.В. Система управління інноваційним потенціалом підприємств. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2014. № 3 (13). С. 134-139.
URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>
2. Соменкова Н.С. Управление инновационным потенциалом промышленного предприятия. *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*. 2011. № 3 (1). С. 243–245.
3. Фахрисламов В.Г. Управление инновационным потенциалом организации – фактор конкурентоспособности. *Молодежь и наука: сборник материалов VIII Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, посвященной 155-летию со дня рождения К.Э. Циолковского*. Красноярск, 2012. С. 158
4. Тисько М.М. Інноваційний потенціал підприємства як основа його розвитку. *Приазовський економічний вісник*. Випуск 3(03) 2017. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2017. 90 с.

УДК: 336.6:004.7

Larysa Sloboda

*PhD in Economy, Associate professor
at the Department of Financial Consulting and Banking at Banking University,
Associate professor at the Department of financial management
at the Ivan Franco National University,
Risk Management Consultant at Pay Compliance Hong Kong Limited*

GLOBAL TRENDS IN FINTECH PAYMENTS INDUSTRY IN A PANDEMIC PERIOD

The rapid development of innovative technologies contributes to the active attraction of investment, as new models of cooperation between banks, financial groups and technology firms provide significant synergies for the development of the financial industry and help increase its profitability. With recent open banking regulations, banks will have to continue to work beside FinTech companies and non-traditional financial services firms in order to deliver their services. Furthermore, today's Fintech trends show us that the financial services industry needs to learn how to best integrate technology into their strategy in order to meet the growing requirements tech-savvy customers. That is why it is crucial to explore the global trends of Fintech integration in the banking, noticing the barriers that occurred and the most significant results.

Current trends in the development of digital payments are a trend not only of private fintech companies, but also regulators of many countries.

Expertise shows that the most preferable jurisdictions for investors with high level returns and clear compliance *for Fintechs are Canada, The UK, Singapore, Hong Kong and Dubai.*

Canada, as a highly developed country, promotes Fintech investment through a favorable regulatory environment and support for global capital. The last payment trends shows, that the Lisbon-based low-code application development firm OutSystems has raised USD 150 million at a USD 9.5 billion valuation from reputable sponsors such as Goldman Sachs, KKR, Guidepost Growth Equity and Armilar Venture Partners, as well as Abdiel Capital and Tiger Global. The company's customer base, which includes the existing bank Nationwide, uses the OutSystems platform to accelerate the development of applications for users of financial services (UX). Fintech in Canada is actively cooperating with the British Tax Digitization Councils and insurance companies to build brokerage portals. Most recently, it created a new proposal for a loan comparison market. According to OutSystem Regional Financial Services and Insurance Director Harry Larner for FinTech Futures, the company offers firms a new alternative to rip-and-replace with low-code technology that addresses the shortage of developers in 22 industries. Nowadays, Fintech claims to serve "thousands of active customers" in 87 countries. Its partners include AWS, Deloitte and Infosys. The company currently employs about 1,300 people and plans to invest in its research and development and strategy to enter new markets [1].

A striking example of the Canadian-licensed company Coinsquare, based in Toronto what has launched a new Quick Trade application that allows Canadians to trade digital assets. The advantages of this platform for clients, in contrast to the classic approaches, are conducting transactions without commission and expanding the capabilities of digital asset portfolio management. Among these cryptocurrencies, the most popular are Bitcoin, Ethereum, Litecoin, XRP and Bitcoin Cash. According to the company's experts, the essential features of the new application are a quick check for trading, KYC blockchain procedures, free deposits and withdrawals via Interac electronic transfer [2].

The coronavirus period actively contributed to the renewal of Fintech platforms and the introduction of remote technologies in the field of finance. So, at the end of 2020, the company announced that it plans to restart the trading platform Coinsquare and use new technologies and protocols, as well as go beyond the digital currency in institutional trading. This allows Canadians to invest more and redistribute risks, as well as make quick decisions about buying or selling cryptocurrencies. As a result, Canada has a special regulatory environment for the registration of Fintech companies and the development of decentralised finance, as one of the most progressive countries in the field of regulation. According to the FINTRAC's register directory, the Canadian money service businesses market is represented by 3672 existing entities. All of them provide operations of money transferring, foreign exchange dealing, money transferring, issuing or redeeming money orders. Some of them near 20% of the market makes dealing in virtual currencies additionally. Notably, that more than 300 MSB's licensed in 2020 year. It shows the highest value

of Canadian licences in financial industry. Please, pay attention that in June 2019, the Department of Finance in Canada published amendments to the Proceeds of Crime and Terrorist Financing Act and its associated regulations targeting virtual currency [3]. The advantages of electronic payments have long been inherent in large banks around the world, but in recent years, interest in the Central Bank of Canada has accelerated, partly fuelled by the replacement of banknotes with private electronic payments in general payment systems. In addition, the rapid development of payments in decentralised finance and blockchain platforms is also prompting the regulator [4].

The UK's regulator (Financial Conduct Authority) stands on the top of the supporting innovations in the payment industry applying safeguarding measures at the same time.

The coronavirus (Covid-19) pandemic has accelerated the enhancing approaches to KYC identification and secure methods of communication because of high level operational risks in the payment institution's business. Mentioned FCA's proposals will have an impact on the success of open banking and future innovation in the UK payments and focus attention on the compliance part more strictly to predict operational and reputational risks in the companies activity.

It is beneficial for PI's customers because of more secure interactions via payment interfaces and high level of their protection. But on the other hand e-money companies will spend more time and money to follow new changes to its technical standards on strong customer authentication (SCA-RTS). Mostly, affected companies will incur direct costs due to familiarisation, setting up and running dedicated interfaces, adapting to the new exemption, and implementing a new cumulative threshold. According to the document proposed changes include adding a new exemption to SCA for when customers access account information through an account information service provider, mandating the use of dedicated interfaces (such as APIs) by account providers for certain retail and SME payment accounts, amending requirements relating to technical specifications, testing interfaces and fallback interfaces, increasing the single and cumulative transaction threshold for contactless payments from £45 to £100 (or potentially a maximum of £120) and from £130 to £200 respectively [5]. Thus, the payment institutions have to revise and update their compliance programmes and customer identification procedures due to the technological innovations.

Modern conditions of remote customer service by fintech companies define new areas of investment in payment infrastructure and increased compliance risks, especially in APAC region. According to the Fintech and Digital Banking Asia Pacific report, the market trends include[6]:

- there will be at least two digital banks in each APAC market, which will create are challenges for existing companies;
- Fintech companies' capacity building, which includes payments, wealth advice, alternative data, lending platforms, and account creation;
- increasing competition between traditional banks and neobanks in digital services;
- growth of the scale of client bases of digital banks;
- high level of return on investment in digital channels and payment infrastructure;
- increasing compliance risks in the activities of banks and fintech companies.

The analyses identified, that 44% of the top 250 banks in APAC will leverage platforms with componentised modernisation and API-enablement, 60% of banks in the Asia Pacific will leverage artificial intelligence (AI) or machine learning (ML) technologies for data-driven decisions, compared to 48% from the previous year. The most expensive areas for financial business were governance, risk, and compliance, which showed double-digit growth in 2020, while other areas of investment lagged behind [6].

Thus, a lot of Fintech companies has benefited from the COVID-19 crisis around the world because of growing-up demand in online finance and forcing consumers to adopt digital banking.

Hong Kong's WeLab, a fintech company founded in 2013, saw users soar by 20% year over year in 2020, bringing its accumulative user base to 50 million. An innovative service from WeLab was the initiation of the digital bank, which began operations in Hong Kong in 2020, and the introduction of a modern product called "a new generation of wealth advice for digital banks". The popularization of China's start-up areas for fintech startups demonstrates access to technological and banking talent in Shenzhen and Hong Kong. So, the Asian market is a very favourable for the development of the fintech industry and digital start-ups and has significant opportunities for business scaling. Lapses and losses not only affect financial institutions and customers, but also the public's perception of, and trust in, Singapore's financial sector. Taken into account above-mentioned The Monetary Authority of Singapore, as the key regulator for licensing and supervising payment institutions and The Association of Banks in Singapore jointly issued a paper on managing new risks that could emerge from extensive remote working arrangements adopted by financial institutions amid the COVID-19 pandemic [7]. It covers remote working risks under two main areas - risks to FIs' operations and impact on people and culture. The regulatory analyses highlights the possible

risks for financial services in the areas of operations, technology and information security, fraud and misconduct, as well as legal and regulatory risks. It should be noted that these risks in the field of financial compliance are especially relevant in a pandemic period. That is why the significant attention of regulators for payment institutions is focused on the identification, assessment and adjustment operational risks and the factors of their negative impact on the digital activities of financial companies. It is also important to combine the risk management system of Fintech companies with cultural factors and other operational risks, which can lead to remote customer service.

As a result, compliance with regulatory requirements is key to their professional performance in the global marketplace. Non-compliance leads to potential financial and reputational losses for financial companies. For example, Dubai's financial regulator, the Dubai Financial Services Authority (DFSA), fined Abraaj Group USD 314.6 million for investor fraud and unauthorized activity. This financial penalty is a record penalty in the in the Persian Gulf emirate. The financial penalty was imposed for non-compliance with regulatory compliance as a result of an investigation into the Abraham scandal, which officially began last March. A spokesman for the regulator, Brian Styrewalt, DFSA's chief executive, said DFSA would continue its financial investigations and hold business owners and directors accountable for the offenses. Regulatory investigations revealed that the company defrauded investors, as well as providing unauthorized financial services and abusing investors' funds to cover operating costs. Compliance violations and non-compliance with AML principles are serious, as evidenced by the size of the penalties. According to the DFSA, the financial sanctions amount to fines of USD 299 million and USD 15.27 million for companies in the financial group - Abraaj Investment Management and Abraaj Capital, respectively. Notable, that The Bill and Melinda Gates Foundation, Bank of America Corp. and the US government's Overseas Private Investment Corp. were among the investors in company's funds. Importantly for market insiders that Abraaj began a temporary liquidation in June 2018 in the Cayman Islands, and the company's executives are on bail before the start of court hearings in the UK and USA [8].

The research identifies the key challenges in Fintech payments industry across the globe in a pandemic period.

References

1. Fintech Futures (2021). Low-code Fintech OutSystems bags USD 9.5bn valuation in USD 150m raise. - Written by Ruby Hinchliffe. - 19th February 2021 // URL: <https://www.fintechfutures.com/2021/02/low-code-fintech-outsysteams-bags-9-5bn-valuation-in-150m-raise/>
2. Betakit (2021). Following changes to business Coinsquare Lauches crypto trading App. Canadian start-up news & tech innovations - Written by Isabelle Kirkwood. - 8 February 2021 // URL: <https://betakit.com/following-changes-to-business-coinsquare-launches>
3. Financial transactions and reports Analyses Centre of Canada (2021). Official webpage // URL: <https://www.fintrac-canafe.gc.ca/intro-eng>
4. Payments Canada (2021). Retail considerations explored in latest installment of Central Bank Digital Currency (CBDC) series. - January 18, 2021 // URL: <https://www.payments.ca/about-us/news/retail-considerations-explored-latest-installment-central-bank-digital-currency-cbdc>
5. The Financial Conduct Authority (2021). CP21/3: Changes to the SCA-RTS and to the guidance in 'Payment Services and Electronic Money - Our Approach' and the Perimeter Guidance Manual // URL: <https://www.fca.org.uk/publications/consultation-papers/cp21-3-changes-sca-rts-and-guidance-payment-services-and-electronic-money-our-approach-and-perimeter>
6. Fintech Singapore (2021). APAC Banks Race to Revitalise Their Digital Transformation Programmes. - March 3, 2021. // URL: <https://fintechnews.sg/49345/covid19/apac-banks-race-to-revitalise-their-digital-transformation-programmes/>
7. Monetary Authority of Singapore (2021). Risk Management and Operational Resilience in a Remote Working Environment. - Information Paper. - 02 March 2021. // URL: <https://www.mas.gov.sg/publications/monographs-or-information-paper/2021/risk-management-and-operational-resilience-in-a-remote-working-environment>
8. International Investment (2021). Dubai regulator slaps Abraaj with record USD 315m fine. 30 July 2019. // URL: <https://www.internationalinvestment.net/news/4003355/dubai-regulator-slaps-abraaj-record-usd315m-fine>

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Удосконалення бізнес-процесів підприємства передбачає їх діджиталізацію. Цифрові технології дають можливість підприємствам утримувати конкурентні позиції на ринку. Проте швидке їх оновлення потребує перманентного моніторингу та впровадження інноваційних рішень щодо управління бізнес-процесами. Застосування потужного цифрового обладнання, програм, платформ та IT-інструментів формує базис конкурентних переваг підприємства через оптимізацію бізнес-процесів.

Динаміка економічних перетворень визначає цифрову трансформацію як бізнес-необхідність. Всі підприємницькі структури усвідомлюють потребу швидкого просування і розширення можливостей робочих ресурсів за рахунок унікальних інструментів хмарних сервісів [1].

Задоволення потреб в гнучкості і швидкості змін, інноваційні постачальники реалізують через хмарні платформи, які прискорюють розробку додатків, робочих процесів, інтеграцію даних, а також дозволяють використовувати широкий арсенал можливостей аналітики. Такі платформи створюють надійні додатки, без пошуку досвідчених програмістів, експертів з інтеграції або аналітиків даних. Вони полегшують розгортання і управління призначеними для користувача можливостями без особливого занепокоєння з приводу базової інфраструктури та безпеки [2].

Основними умовами проведення цифрової трансформатизації (діджиталізації) є її впровадження без втрати. Діджиталізація становить глибину трансформацію, проникнення цифрових технологій для оптимізації та автоматизації бізнес-процесів, підвищення продуктивності та покращення комунікаційної взаємодії зі споживачами. Концептуалізація та управління бізнес-процесами стикаються з певними фундаментальними проблемами, а саме зв'язком між безліччю управлінням бізнес-процесами (BPM) та їх внеском у корпоративну цінність.

Діджиталізація надає ряд конкурентних переваг підприємству, а саме: високий рівень конкурентоздатності; спрощення роботи з масивом інформації; економію коштів; лояльність клієнтів; позитивне ставлення до іміджу підприємства.

Перехід від простого оцифрування до інновацій, заснований на комбінаціях технологій вимагає від компанії переглядати те, як вони ведуть свій бізнес. Керівний склад повинен розуміти мінливе середовище, кидати виклик своїм операційним командам і невпинно, постійно впроваджувати сучасні інноваційні технології [3].

Процес діджиталізації проводиться в три етапи:

1. Дослідження компанії, постановка мети і розробка стратегії. Проведення оцінки всіх бізнес-процесів і стратегічних активів компанії: виявлення основних причин недоотримання цінності, визначення ефективності роботи всіх її відділів, виробництва, внутрішніх і зовнішніх комунікацій, розуміти стратегічний результат від застосування діджитал-технологій, в основі яких полягає спрощення бізнес-процесів, врахувати ризики.

2. Імплементация діджитал-технологій. Вибір діджитал-інструментів, впровадження яких передбачає цифрові експерименти для швидкого, клієнт-центричного інноваційного розвитку задля поширення інноваційної спроможності, запровадження платформ програм з low-code, які дозволяють швидко розгортати та масштабувати експериментальні бізнес-додатки. Трансформаційні платформи забезпечують видимість бізнесу, покращують обслуговування клієнтів та високу експлуатаційну ефективність нововведень.

3. Оцінювання отриманих результатів. Проведення аналізу ефективності діджитал-рішень, зміни динаміки отримання додаткових доходів, в разі необхідності корегування архітектури рішень [3].

Одним із напрямів діджиталізації бізнесу є впровадження інформаційно-комунікаційних технологій, Big Data, бізнес-аналітики, бізнес-планування, що передбачає автоматизацію бізнес-процесів, які призводять до зростання продуктивності праці, економії поточних витрат, підвищують оперативну гнучкість бізнесу.

Управління бізнесом з використанням Big Data заснована на BPM 2.0 – новому сучасному підході до автоматизації управління бізнес-процесами, який в якості пріоритету ставить швидкість і гнучкість. Основні елементи Big Data підприємства, які представлені в словесному чи графічному вигляді, мають бути масштабовані та структуровані програмними продуктами і проіндексовані, з метою подальшого використання в певний час й представляти структурований базис діяльності підприємства, складений з основних словесних одиниць, що характеризують процес [6].

Системи покоління BPM 2.0 повинні мати ряд нових можливостей [5]: простота моделювання процесів безпосередньо їх учасниками (бізнес-користувачами) без залучення фахівців з моделювання та IT-фахівців; мати засоби для опису і автоматизації процесів різних типів, в тому числі динамічних, забезпечувати підтримку і управління неструктурованими процесами (політики і правила); моделі повинні бути здійсненими негайно, без їх трансляції в більш спеціалізовані моделі, пов'язані з реалізацією в конкретному інструменті; автоматизація управління процесами повинна бути гнучкою, дозволяти перебудовувати додатки «на льоту», в тому числі силами бізнес-користувачів; включати розширені інструменти організації і виконання бізнес-процесів - колективної та мобільної роботи, соціальних взаємодій; процеси повинні бути вимірні без великих додаткових зусиль, системи повинні збирати розширену аналітику по тих процесів, які вони автоматизують.

Відомо, що ефективність бізнес-процесів повинна максимально корелюватися з чітко визначеною метою, яка повинна розподілятися на певні рівні: клієнтоорієнтованість та процесорієнтованість. Безконфліктне співіснування цих процесів дозволить досягнути стратегічної мети підприємства, а саме підвищення його прибутковості, грошового потоку та нематеріальних активів, організаційної відповіді на виклики зовнішнього середовища та перманентно змінних вимог споживачів. Цифрова трансформація відображається на операційному інтелекті підприємства, отож, суттєво змінюються операційні показники діяльності підприємства: виручка від реалізації, операційний прибуток, грошовий потік.

Ключовими факторами успішності від впровадження діджиталізації є чітке та швидке формування оптимальних відповідей на моделі ризику, запобігання відтоку споживачів, формування персоналізованих пропозицій, критеріально-обґрунтований сценарний підхід.

Імплементация діджиталізації бізнес-процесів створює низку конкурентних переваг підприємства в розрізі операційних процесів, а саме підвищується їх рівень прозорості та можливості, вчасно прийняти управлінське рішення, миттєвий обмін інформацією між компетентними співробітниками, здійснення предикативних маркетингових досліджень та створення системних підходів до реагування [3].

Запорукою успіху діджиталізації є підтримка оперативної та швидкої співпраці співробітників підприємства з метою досягнення головної стратегічної мети.

Основні заходи, які варто реалізувати в процесі діджиталізації бізнес-процесів визначено такі: забезпечення достатньої інтеграції внутрішніх клієнтів та зацікавлених сторін у інтерпретаційні фази, щоб закласти основу для організаційної відповіді; легкий доступ до інструментів, в ідеалі за допомогою входу через корпоративний інтранет та мобільний доступ; планування достатніх зусиль для тренування користувачів щодо використання інструменту та для модерації обговорення в рамках інструменту; можливість впровадження інструментів за допомогою достатніх автономних семінарів та тренінгів, підтримка високого рівня довіри між учасниками.

Список використаних джерел

1. Верба В. А. Передумови, драйвери та наслідки цифрової трансформації бізнесу. Стратегічні імперативи сучасного менеджменту: зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. (19–20 квіт. 2018 р.). Київ: КНЕУ, 2018. С. 491-496.
2. Гудзь О., Федюнін С. (2019). Диджиталізація, як конкурентна перевага підприємств. «Економіка. Менеджмент. Бізнес» № 3 (29), С.18-24. URL: <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2215>
3. Гусева О. Ю., Легомінова С. В. (2018). Диджиталізація – як інструмент удосконалення бізнес-процесів, їх оптимізація. *Економіка. Менеджмент. Бізнес.*, № 1 (23). С. 33-39. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2018_1_7.
4. Король С. (2019). Діджиталізація економіки як фактор професійного розвитку. «Modern Economics» Випуск №18, 2019 р. С.67-73. URL: <http://217.77.213.157:8080/jspui/bitstream/123456789/6619/1/korol.pdf>

5. Лазебник Л. (2018). Діджиталізація економічних відносин як фактор удосконалення бізнес-процесів підприємства. Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування. Випуск №2, С.69-74.

6. Лігоненко Л. (2018). Зміст та механізм формування стратегії діджиталізації в бізнес-організаціях. «Інтернаука». Економічні науки. Випуск № 22 (62), 2 т., С. 21-24.

УДК 658.7:004.9

МІРОШНІЧЕНКО В. О.

Студент кафедри менеджменту та інновацій

Науковий керівник – доц. Меліхов І. В.

Міжнародний університет фінансів

УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ З ВИКОРИСТАННЯМ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Актуальність теми. Конкурентоспроможність в управлінні матеріальними ресурсами з використанням інформаційних технологій притаманна всій світовій економіці. Лише конкуруючи між собою підприємства досягають успіху. Рівень конкурентоспроможності визначає позицію в глобальному економічному просторі, демонструє її шанси вижити в умовах жорсткої гіперконкуренції.

Наукова новизна теми полягає в удосконаленні управління матеріальними ресурсами на підприємстві з використанням інформаційних технологій, обґрунтуванні сумісного застосування логістики, реінжинірингу та контролінгу для взаємозв'язку між ними на основі єдності цілей, принципів, підходів та інструментів. Удосконалення особливостей постачання, залучення матеріальних ресурсів у виробництво, їх вартості за допомогою використання кластерного аналізу посилює теоретичне обґрунтування управління логістичними потоками матеріальних ресурсів на підприємстві. Удосконалення реінжинірингового підходу формує комплекс логістичних бізнес-процесів на основі виділення їх потоків, підвищуючи ефективність руху; оптимальні умови доставки та зберігання.

Практичне значення отриманих результатів полягає у використанні запропонованих науково-практичних розробок, які координують діяльність різних функціональних підрозділів підприємства на основі інтегральної системи управління ними; посилюють її гнучкість та адаптивність до конкретних умов; групують матеріальні ресурси за найбільш вагомими ознаками. Це дозволить прийняти на базі розробленої моделі оптимізації розміру й періодичності поставок матеріальних ресурсів ефективні стратегічні й тактичні управлінські рішення щодо вибору умов постачання, поетапно впровадити на підприємстві інтегральну систему управління матеріальними ресурсами.

Метою автоматизації бізнес-процесів в роботі складських господарств є комплексний облік товарно-матеріальних цінностей, моніторинг товарних запасів, контроль за діями персоналу, оптимізація діяльності складу. Це надасть своєчасну інформацію про стан справ на підприємстві, і при необхідності, оперативно скоригує його роботу.

Західними фахівцями розроблено безліч концепцій по управлінню матеріальними ресурсами з використанням інформаційних технологій, що успішно зарекомендували себе у компаніях різних галузей. Це такі концепції як MRP-системи, MRPII-системи, WMS-системи, ERP-системи. Реалізація цих систем надала значні переваги в роботі складів, підвищила їх конкурентоспроможність. Вагомий внесок у розробку теоретичних і практичних питань наукового обґрунтування методів і засобів управління та організації їх використання із застосуванням логістики зробили: В.Н. Амітан, А.М. Гаджинський, Є.В. Крикавський, Л.Б. Миротин, Л.С. Сергеев, О.М. Тридід, А.Д. Чудаков, Н.І. Чухрай. Теоретична і практична розробка питань, присвячених потоковій організації виробництва, міститься в роботах М.С. Дороніної, А.Р. Радіонова, В.Г. Шинкаренко та інших. Розвиток концепції реінжиніринга, заснованої М. Хаммером та Д. Чампі, продовжили такі вчені як, М. Абдікеєв, Т. Девенпорт, С.В. Ільдеменов, В.С. Пономаренко, Н. Оболенські, Ю.Ф. Тельнов, С.Ю. Щенников. Дослідженням контролінгу займалися: А. Апчер, Н.Г. Данілочкіна, Р. Манн, Е. Майєр, Д. Хан, Л.А. Сухарева та інші.

Нами розглянуто компанію ТОВ «Pakline Logistics», яка входить до концерну PAKLINE GROUP і працює на українському ринку з 2004 року, пропонуючи великий вибір транспортних та логістичних послуг. До них відносяться: Worldwide Express – експрес-доставка документів

та посилок по всьому світу, Global Logistics – доставка в будь-яку точку світу вантажу і зберігання його на власному складі. Можлива доставка «двері-двері», «двері-аеропорт», «аеропорт-аеропорт», Skyscom – в будь-який час і в будь-якому місці клієнт може простежити проходження свого вантажу у всесвітній мережі Internet в режимі реального часу, перевезення FTL, LTL, FCL, LCL; організація автоперевезень вантажів від однієї палети до 120 тон; організація перевезень вантажів, що вимагають спеціальних умов; доставка та митна очистка особистих речей; обробка та доставка виставкових матеріалів на/із виставкових центрів.

На даному підприємстві для покращення управління матеріальними ресурсами вже успішно впроваджено такі концепції як MRP-системи, MRPII-системи, ERP-системи. Але в цей стрімкий час, коли країна розвивається, розробляє конкурентні стратегії в умовах альтерглобалізму – підприємства також мають рухатись в напрямку покращення результатів своєї роботи, обслуговування клієнтів та збільшення прибутку. Тому запропоновано розробити запровадити на підприємстві інформаційну систему управління складською логістикою – WMS-систему (Warehouse Management System), яка створена спеціально для управління рухом вантажів на складах і забезпечить повноцінну його роботу.

Сучасна WMS-система відповідає вимогам бізнесу і підтримує його подальший розвиток. Основне її завдання – актуально підтримуване адресне зберігання, тобто в будь-який момент часу можна точно сказати, де саме знаходиться товар з тими чи іншими властивостями.

Основними причинами необхідності оптимізації бізнес-процесів складу є надмірний бюрократизм, локалізація підрозділів, ієрархічне мислення, недостатній потік інформації, неточне визначення сполучних, непрозорі, заплутані процеси тощо.

Проблеми приймання товарів виявлені також при: перевірці документів і цілісності пломби; перевірці правильності укладання ТМЦ; перевірці ТМЦ за кількістю та якістю; оформленні документів; перевірках кузова автомобілів тощо.

При розміщенні товарів можуть виникнути наступні питання: з доступом до зони зберігання співробітників інших ділянок складу; з відсутністю стратегії розміщення та адресного зберігання; з недотриманням регламенту (ваго-габаритні характеристики товарів, партії, серійні номери, «сусідство» несумісних товарів тощо).

Проблеми при комплектації замовлень і відвантаженні: пересортиця; недовантаження (відсутність товару в місцях підбору або зберігання); навмисне «довкладення» продукції; помилки у відвантажувальних документах; недостатній контроль транспорту, що виїжджає.

Для того, щоб розрахувати вигоду від вкладень в цей проект потрібно визначити розмір даних вкладень та обсяг витрат, які несе підприємство без неї. Витрати на впровадження WMS-системи включають: закупівлю програмного забезпечення, обладнання (принтери етикеток, термінали збору даних, точки доступу, робочі місця операторів); оплату послуг компанії, яка впроваджує цю систему; заробітну плату нових співробітників (операторів, адміністраторів системи); інші внутрішні витрати (преміальні за успішне впровадження, кадрові зміни, зниження активності на початковий період запуску системи). Також поліпшиться імідж компанії, збільшиться кількість клієнтів, покращиться якість обслуговування, точність та швидкість обробки замовлення.

Висновки. Результатом впровадження інформаційної технології WMS-системи в ТОВ «Pakline Logistics» буде скорочення витрат та зростання прибутків підприємства, раціональне використання площі приміщення (зменшення її на 20%, яку можна буде здати в суборенду), контроль кількості товарів, що зменшить витрати на складування. Замовлення із системи управління замовника безперешкодно увійдуть в WMS-систему підприємства для опрацювання і всі оновлення запасів повернуться в модуль управління матеріалами. Також скоротиться кількість працівників складу, залишаться більш кваліфіковані кадри, які пройшли навчання.

Процес завантаження-розвантаження буде реорганізовано, час роботи техніки суттєво скоротиться, потреба в складській техніці зменшиться. Зайві навантажувачі можна продати. Витрати на впровадження WMS-системи складу будуть 2 млн.грн., які окупляться за 28 місяців. Окрім того, підприємство буде будувати якісну складську логістику на основі достовірних статистичних, аналітичних даних та швидкого автоматичного розрахунку.

Список використаних джерел

1. Інформаційні технології – 2018: зб. тез V Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих науковців, 17 трав. 2018 р., м. Київ / Київ. ун-т ім. Б. Грінченка; Відповід. за вип.: М.М. Астаф'єва, Д.М. Бодненко, О.М. Глушак, О.С. Литвин, В.В. Прошкін, С.М. Рижко-Семенюк. Київ: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2018. 266 с.

2. Іващенко (Лола) Ю.Ю. Розробка інтегральної системи керування матеріальними ресурсами на підприємствах. *Економіка і регіон*. 2006. № 3(10). С. 87–89.

3. Костіна Н.І. Менеджмент: перспективні інформаційні технології. Ірпінь: Видавничий центр Національної Академії ДПС України, 2003. 374 с. – (Державна податкова адміністрація України, Національна академія державної податкової служби України).

4. Лола Ю.Ю. Визначення стану системи управління матеріальними ресурсами на підприємстві. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*: зб. наук. пр. Тематичний випуск: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ ХПІ. 2008. С. 131–133.

5. Матвеев Ю. (2009). Тенденции развития современных корпоративных информационных систем. URL: <http://www.asutp.ru/?p=600077>.

6. Смоловик Р.Ф., Мозенков О.В., Мищенко В.А. Особенности использования инновационных технологий в условиях антикризисного менеджмента. *Научный информационный журнал «Бизнес Информ»*. 2004. №3-4. С.16-24.

УДК 621.31:330.131.7:336.76

ТРОФИМЕНКО О. О.

*к.е.н, доцент, доцент кафедри економіки та підприємництва
Міжнародний університет фінансів*

ФРОЛОВ І. В.

*студент кафедри менеджменту та інновацій
Міжнародний університет фінансів*

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ СУБ'ЄКТАМИ РИНКУ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

Мінімізація ймовірності виникнення негативних подій, які можуть вплинути на підприємство є актуальним питанням для бізнесу, особливо в сучасних умовах підвищеної невизначеності у зв'язку з пандемією Covid-19 та інших факторів. Саме впровадження системи управління ризиками, дозволяє сформулювати правила мінімізації/уникнення ризиків [1], що дозволяє максимізувати ефективність управління різними суб'єктами енергетичному сектору.

До учасників ринку електричної енергії належать виробник, електропостачальник, трейдер, оператор системи передачі, оператор системи розподілу, оператор ринку, гарантований покупець та споживач, які провадять свою діяльність на ринку електричної енергії у порядку, встановленому Законом України «Про ринок електричної енергії» [2]. Базові принципи управління ризиками будуть універсальними не залежно від суб'єктів ринку, проте деякі практичні підходи до управління ризиками можуть відрізнятися в залежності від окремих особливостей суб'єктів господарювання.

В цілому, ризик-менеджмент – це комплекс заходів, спрямований на мінімізацію можливих збитків, які може понести бізнес у зв'язку з настанням негативних подій [3]. Система управління ризиком, складається з двох підсистем: керованої підсистеми (об'єкта управління) та керуючої підсистеми (суб'єкта управління). До керованої підсистеми відносяться всі ризики, які можуть виникати на різних суб'єктах господарювання, тобто під час ведення господарської діяльності з іншими суб'єктами цього процесу (реалізації ризику). До керуючої підсистеми відносяться люди, які відповідальні за управління ризиками та за допомогою різних методик та важелів впливу, здійснюють вплив на роботу господарюючої системи [4].

В залежності від організації діяльності та виду суб'єкта електроенергетичного ринку, побудова процесу управління ризиками може відбуватися по різним методикам, але, найчастіше для мінімізації ризиків та управління ними, використовується алгоритм, що складається з наступних етапів, зображених на рис. 1.

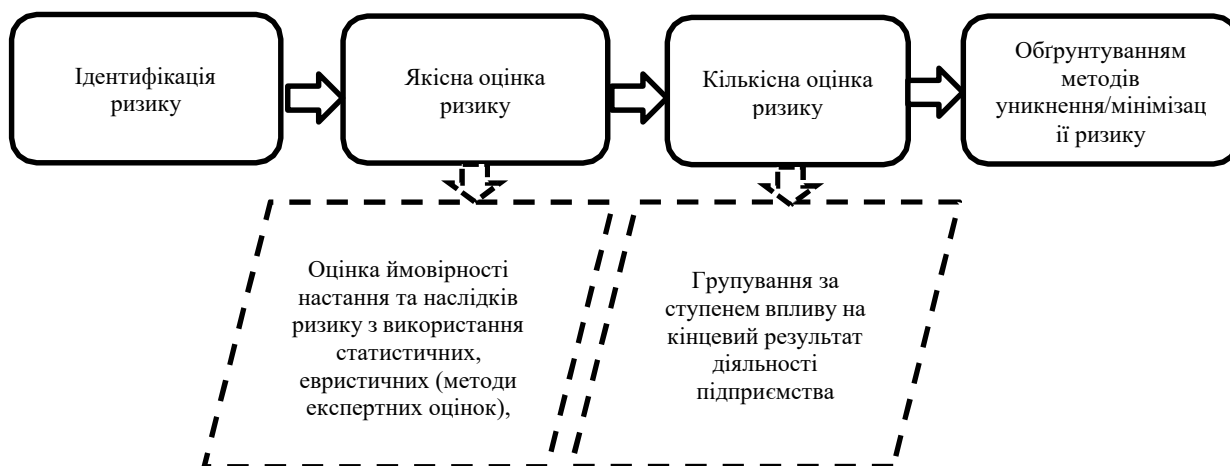


Рис 1. *Етапи управління ризиком для суб'єктів електроенергетичного ринку*
Адаптовано авторами на основі [5]

Одним з основних з перелічених етапів в енергетичному секторі щодо мінімізації ризиків є етап ідентифікації ризику. Це зумовлено тим, що за рахунок не коректної ідентифікації ризику, усі наступні етапи стосовно його аналізу та визначення ступеня ризику будуть не точними, що збільшує можливість виникнення ризику та знижує ефективність розробленої системи управління ризиками.

Якщо суб'єктом ринку електроенергії є виробник/продавець електроенергії, то для коректної ідентифікації ризику слід враховувати особливості кожного етапу, які передують отриманню енергоресурсів споживачами. Дані етапи зображені на рис 2.

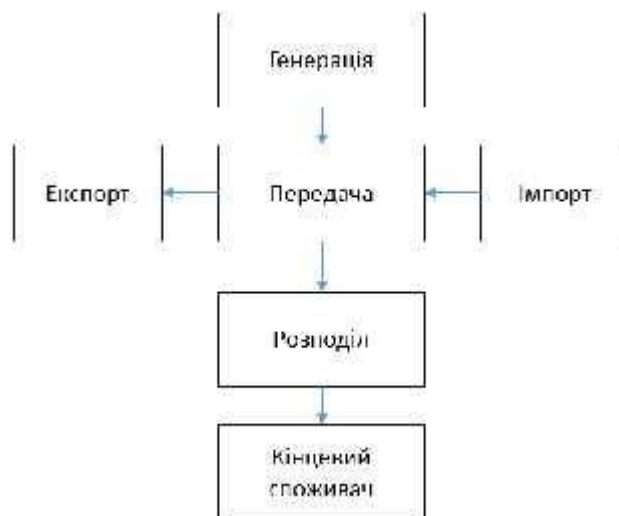


Рис 2. *Основні етапи передачі електроенергії споживачам послуги*
Складено авторами на основі [2; 6]

Для коректної ідентифікації ризиків, кожен етап має бути проаналізовано, як окремий елемент, але в той же час і враховувати впливи інших суб'єктів (учасників) ринку. В межах цих етапів проводиться виявлення, ідентифікація, аналіз і подальше управління ризиком.

З ухваленням курсу щодо інтеграції України до ЄС, відбувається і переорієнтація основних видів економічної діяльності, до яких відноситься і паливно-енергетичний сектор, зокрема, ринок електроенергії. За рахунок такої зміни вектору співпраці, докорінно змінилася і система управління ризиками в сфері енергетики, відповідно. Проте, слід зазначити, що якщо, наприклад, розглядати газовий сектор, де Україна має порівняно великий досвід щодо співпраці з країнами ЄС та об'єднанням ENTSOG (Європейська мережа операторів газотранспортних система), за рахунок технічних принципів роботи та довгострокової співпраці з питань транзиту газу, то в сегменті ринку електроенергії існують значно більші проблеми, як за рахунок історичних подій та технічних особливостей, щодо роботи та управління електропередавальних мереж.

Таблиця 1. Основні фактори, які обумовлюють можливі ризики за функціональними напрямками

Технічні	Екологічні зобов'язання
<ol style="list-style-type: none"> 1. застаріле обладнання; 2. недостатньо коштів для впровадження нового програмного забезпечення/автоматизації; 3. старіння значної частини генерації (АЕС). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. збільшення частки ВДЕ; 2. потреба зменшення викидів CO₂; 3. закриття вугільних шахт; 4. забезпечення сталого розвитку в енергетиці.
Соціально-економічні	Політичні
<ol style="list-style-type: none"> 1. низька платоспроможність населення; 2. субсидіювання; 3. дотримання нових вимог, пов'язаних із впровадженням «нового ринку» електроенергії. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. монополізація галузі; 2. проблеми з судовою системою; 3. не постійність законодавства; 4. війна та Схід та окупація територій; 5. політична невизначеність.

Складено авторами на основі [3; 6]

Усі фактори, які впливають на енергетичний сектор та визначають можливі ризики (у випадку з екологічними зобов'язаннями – ризики не дотримання визначених нормативів тощо), які характерні для енергетичного сектору, розмежували за такими категоріями як технічні, екологічні зобов'язання, соціально-економічні та політичні (табл. 1).

Усі зазначені фактори є актуальними для ринку електроенергії України станом на 2021 рік, і повинні бути проаналізовані та враховані, зважаючи на той факт, що Україна до 2023 року має намір повністю інтегруватися до ENTSO-E (Європейська мережа системних операторів передачі електроенергії), що передбачає визначені умови, щодо рівня надійності енергетичної мережі України та впровадження системи управління ризиками.

Головним представником, що лобіює інтереси України, щодо інтеграції до ENTSO-E є оператор системи передачі (ОСП) НЕК «Укренерго». Згідно одного з пунктів, щодо інтеграції України до ENTSO-E, НЕК «Укренерго», як ОСП, має розробити систему управління ризиками в межах своїх компетенцій.

У 2020 році, компанією було розроблено та опубліковано програму управління ризиками НЕК Укренерго 2020 – 2021 та політику з управління ризиками НЕК Укренерго.

Проаналізувавши програму управління ризиками НЕК Укренерго 2020 – 2021, можна зазначити, що компанією було пропрацьовано велику кількість теоретичного матеріалу та сформовано низку заходів щодо існуючих ризиків на підприємстві. Проте у даній програмі відсутня інформація, щодо моделі управління ризиками, що на нашу думку, має бути невід'ємною частиною політики компанії.

Загалом, існують 2 основні моделі управління ризиками: максимізації прибутку та мінімізації ризику. Зважаючи на той факт, що ОСП, за законодавством України, не має отримувати прибуток від своєї діяльності (якщо за результатами року його все-таки отримує, то сплачується державі у вигляді дивідендів) та на те, що надійність електропостачання є головним фактором для стабільної роботи усієї економіки, то даній компанії слід обрати стратегію мінімізації ризику.

Отже, що за останні роки ринок електроенергії характеризується низкою викликів, що можуть створити значні ризики для його функціонування у майбутньому.

Суб'єктам на ринку електроенергії важливо визначати додаткові ризики та механізми аналізу їх впливу на ринок електроенергії, керівництво суб'єктів має враховувати додаткову аргументацію, зокрема, тарифоутворюючі фактори, правила ринку на засіданнях регулятора НКРЕКП та інші.

Список використаних джерел

1. Луніна І.О. (2012). Ризики державних фінансів України та шляхи їх мінімізації. *Фінанси України*. 2012. №2. С. 4-5.
2. «Про ринок електричної енергії» : Закон України від 13 квітня 2017 р. № 2019-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2019-19#Text> (дата звернення: 1.03.2021).
3. Вербіцька, І.І. Ризик-менеджмент як сучасна система управління ризиками підприємницьких структур. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 5. С. 283-284.
4. Башинська І.О., Полещук А.А., Мотова А.В. Удосконалення системи управління ризиками на підприємстві. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. Випуск 17. С. 92-93.

5. Черчик, Л.М., Бегун, С.І., Івашкевич, І.М. (2017). Система ризик-менеджменту підприємства: сутність та складові. *Економічний форум*. 2017. № 1. С. 180-181.

6. Кожевников А. Ю. Ризики суб'єктів ринку електричної енергії в умовах реформування енергетичної системи України. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2015. №3. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=826>.

УДК 658.147:621

ЦИМБАЛ А. В.

студентка гр. УП-71, ФММ,
НТУУ КПІ ім. Ігоря Сікорського
Науковий керівник – к.е.н., доц. Трофименко О. О.
НТУУ КПІ ім. Ігоря Сікорського

E-LEARNING В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ФАКТОР ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ

Ефективна робота компанії в умовах постійно зростаючої конкуренції неможлива без підвищення ефективності роботи на всіх рівнях організації. Головними перешкодами, що заважають досягненню більш високих робочих результатів, є не тільки недостатній рівень професійної підготовки персоналу, але також і старі підходи до роботи на різних рівнях організації. Ці перешкоди можна подолати лише за умови розробки та практичної реалізації нової політики в сфері внутрішньофірмового навчання, що включало б різноманітні форми навчання та навчальні програми практично для всіх категорій працівників, і де основний акцент робився б на E-learning або електронне навчання.

Дослідженням питання електронного навчання займалося багато іноземних та вітчизняних вчених, серед яких хотілося б виокремити Чарнецьку О., Дарочі М. [1], Хілуху О. А. [2], Науаль Б. [3] та ін.

Електронне навчання, дистанційне навчання або e-Learning - процес дистанційного навчання за допомогою Інтернету, що надає людині необхідні знання з різних предметів або обраної спеціальності, з метою підвищення наукового рівня або досягнення бажаного рівня компетентності за допомогою комп'ютера, мультимедіа -книг, електронної пошти, чату, дискусійних груп тощо. Безпосереднє керівництво навчанням здійснюється через установчі лекції і за допомогою спеціально підготовлених інструктивних матеріалів, а також в ході періодичних прямих контактів навчальних і учнів [1].

Електронне навчання бере свій початок від навчання на базі ПК, яке здійснювалося з використанням автономного програмного забезпечення, CD-ROM або аналогічних технологій та було доступним з середини 1980-х років.

Основними цілями впровадження технології дистанційного навчання в компанію є [1]: зниження витрат на навчання; підвищення швидкості поширення знань серед співробітників; оперативне ознайомлення співробітників з новими регламентами, правилами та вимогами; навчання на робочому місці без відриву від виробництва.

Сьогодні широко відомими системами для електронного навчання є системи управління навчанням (Learning Management Systems - LMS); системи управління контентом (Content Management Systems - CMS); системи управління навчальним контентом (Learning Content Management Systems - LCMS). Найбільш популярними є саме LMS, адже дозволяють компаніям швидко і зручно навчати і оцінювати знання персоналу незалежно від їх місця розташування. Така мобільність актуальна не тільки для координування з віддаленими співробітниками, але і для спрощення навчання штатних команд.

Сама ж система електронного навчання (СДН) розуміється як сукупність організаційних, телекомунікаційних, педагогічних і наукових ресурсів, залучених в створення і практичне здійснення освітніх програм з використанням дистанційної технології навчання. Організаційно СДН складається з координуючих органів, дослідницьких організацій, базових навчальних закладів ДН (відповідальних за ДН структурних підрозділів), мережі університетів і навчальних центрів ДН.

Можна виділити такі принципи електронного навчання [2]: свідомість; активність; наочність навчання; доступність; навчання на високому рівні труднощів; науковість; колективізм і індивідуальний підхід; проблемність; єдність освітньої та виховної системи, що розвиває функції навчання; стимулювання і мотивація позитивного ставлення до навчання.

Всі ці принципи взаємопов'язані і взаємозалежні, доповнюють один одного. У практиці навчання вони знаходять застосування в вигляді правил, методів і форм організації та проведення навчальної роботи. У принципах навчання укладено історичний і педагогічний досвід, суспільний сенс, вони висловлюють картину стану процесу навчання.

Електронне навчання володіє переліком характеристик, що відрізняють його від традиційного навчання (рис. 1).

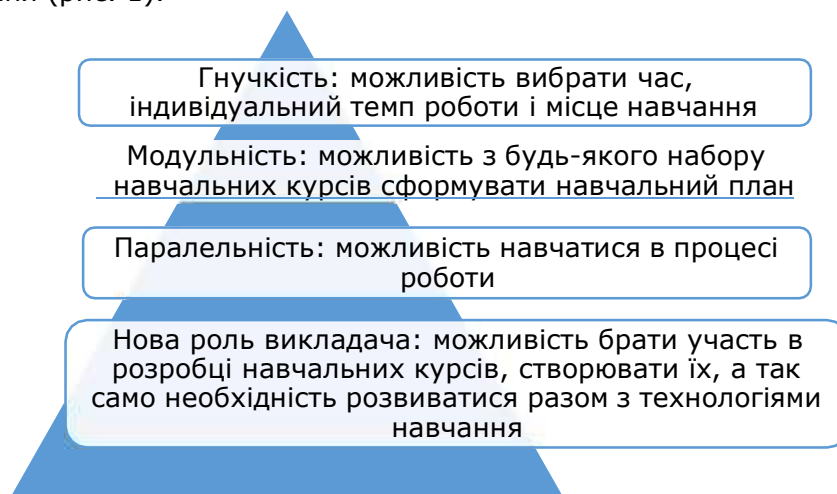


Рис. 1. Особливості електронного навчання
Джерело: розроблено автором на основі [3]

Варто зауважити, що основними вимогами застосування e-learning є:

- комп'ютерна грамотність викладачів і тих, хто навчається;
- розуміння особливостей використання середовища електронного навчання;
- формування електронних носіїв інформації;
- використання сучасних інформаційних технологій, для забезпечення ефективної взаємодії всіх учасників процесу навчання;
- формування та удосконалення наповнення вмісту електронного навчального середовища [3].

Незважаючи на це та те, що e-Learning в чистому вигляді має на увазі самостійне вивчення матеріалів, дана форма навчання має ряд переваг перед традиційною очною формою: велика свобода доступу; більш низькі ціни на доставку навчання; можливість поділу змісту електронного курсу на модулі; гнучкість навчання; можливість розвиватися в ногу з часом; можливість визначати критерії оцінки знань.

Однак, з іншого боку, основними недоліками електронного навчання є великі фінансові вкладення на етапі впровадження, незначне мотивування персоналу компанії, необхідність освоювати інтернет і комп'ютерні технології та нове програмне забезпечення, а також невеликий асортимент готових курсів, тому електронні курси, що відображають специфіку конкретної компанії, замовляють або формують самостійно [3].

Одним із секретів успішного впровадження дистанційного навчання є правильний вибір програмного забезпечення, що відповідав би конкретним вимогам. Ці вимоги визначаються потребами учня, потребами викладача і, в багатьох випадках, адміністратора, який повинен контролювати хід і результати навчання.

Звернімо увагу на те, що єдиної, найбільш ефективної системи, виокремити неможливо, адже всі вони особливі по-своєму. Лише варто зауважити, що система, яка дозволяє співробітникам навчатися всередині компанії онлайн - це важливий крок до підвищення утримання і залучення співробітників. Ніхто не хоче залишатися на місці. Більшості співробітників сучасних компаній хочеться розвиватися і рости, як професіоналам.

Список використаних джерел

1. Czarnecka, Aleksandra & Daróczy, Miklós (2017). E-learning as a method of employees' development and training. Management, organizations and society.
2. Хілуха О. А. Особливості впровадження електронного навчання в контексті корпоративного розвитку. Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості. 2019. №3 (9) DOI: <https://doi.org/10.30837/2522-9818.2019.9.044>.
3. Dr. Naoual Ben Amara, Dr. Larbi Atia (2019). E-training and its role in human resources development. Global Journal of Human Resource Management.

УДК 65.012.32(045)

ЧМІЛЬОВ М.В.

студент кафедри менеджменту та інновацій
Міжнародний університет фінансів,
Науковий керівник – д.е.н., проф. Іляш О.І.
Міжнародний університет фінансів

СОРОКІНА Ж.Д.

студентка кафедри менеджменту та інновацій
Науковий керівник – д.е.н., проф. Гринкевич С.С.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Замкнене середовище функціонування підприємства засвідчує, що його розвиток можливий у випадку прийнятності внутрішніх та зовнішніх умов функціонування. На жаль, в умовах зростання глобальної конкурентоспроможності підприємства не у повній мірі усвідомлюють ступінь важливості процесу вдосконалення і розвитку інноваційної системи управління у нових динамічних умовах господарювання.

Без сумніву, на підприємствах виникає проблема необхідності розробок і застосування ефективних інноваційних методів управління, які будуть відповідати новим реаліям креативної економіки, що робить дану тему ще більш актуальною.

Варто зауважити, що застосування ефективних інноваційних методів управління організаціями забезпечує сталий розвиток підприємств в складному динамічному і нестійкому середовищі, що стає однією з найважливіших проблем сучасної економіки.

В цілому, управління необхідно трактувати, як діяльність, у процесі якої відбувається поєднання функцій планування, організації, мотивації і контролю, необхідних для досягнення цілей розвитку організації. Схематично функціональні складові циклу управління можна відобразити на рис. 1) [1, с. 197].

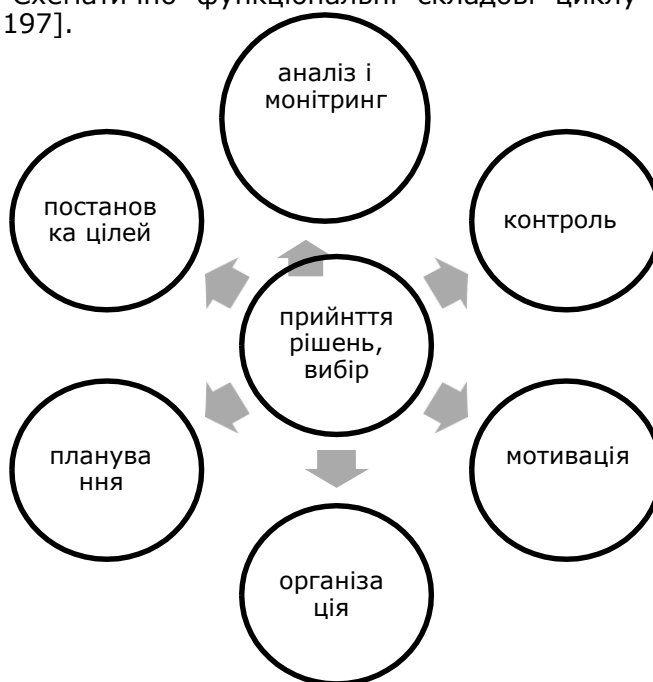


Рисунок 1 – Функціональні складові циклу управління підприємством

Представлені функціональні складові відображають концептуальні характеристики управлінської діяльності на різних рівнях суспільної ієрархії управління і базуються на таких принципах управління, як:

- єдність цілей, що передбачає наявність чітко визначеної мети або завдань підприємства;
- наявність складу та змісту функцій управління;
- функціональна закритість підрозділів апарату управління: завдання кожного структурного підрозділу повинні бути чітко орієнтовані на досягнення мети управління з відповідною функцією;
- простота організаційної структури - чим простіша і зрозуміліша структура управління, тим простіше співробітникам зрозуміти та адаптуватися до певної форми управління та брати активну участь у реалізації мети підприємства;

- єдність управління;
- зворотній зв'язок, який надає можливість постійно контролювати результати роботи системи та створює умови для її коригування;
- аналіз впливу внутрішніх і зовнішніх факторів [2, с.181].

Зауважимо, що встановлення оптимального співвідношення централізованої та децентралізованої форм правління передбачає певний рівень децентралізації управлінської діяльності та формування інноваційної структури розвитку підприємств. Відтак, сьогодні існують такі інноваційні підходи до вдосконалення розвитку підприємств [4, с.7]:

1. Модель "Ідеального бізнесу".
2. Формування майбутньої моделі підприємства.
3. Пріоритетність та максимальне використання ресурсів.
4. Створення системи «стабільності» на підприємстві.

Провівши дослідження, ми можемо виділити наступні пріоритетні інноваційні напрямки вдосконалення системи управління підприємством (рис. 2):



Рисунок 2 - Пріоритетні напрямки вдосконалення системи управління підприємством

1. Децентралізація управління. Передбачає швидку адаптацію системи управління до впливів навколишнього середовища. Ця реакція залежить від ступеня централізації (децентралізації) при прийнятті рішень.

Децентралізація управління відбувається у двох напрямках: - делегування повноважень; - перехід до невеликих автономних структурних підрозділів, які мають право приймати рішення з усіх питань організації.

2. Спеціалізація та диверсифікація виробництва. Спеціалізація організації є сферою її діяльності, а диверсифікація - розширенням її діяльності.

Таким чином, ці дві сфери взаємозалежні та ізольовані одна від одної непродуктивно. У зв'язку з цим головним у цьому аспекті є встановлення між ними правильних взаємозв'язків, оскільки це визначає продуктивність підприємства, його стійкість та економічне зростання.

3. Удосконалення економічного механізму. Він передбачає побудову організаційної структури управління, мотивації та методів управління, які дозволять організації швидко адаптуватися до змін у середовищі та бути готовими до будь-яких змін завтра. Крім того, вдосконалення економічного механізму - це впровадження чогось нового, ефективного для організації [3 с.87].

Таким чином, практичне застосування всіх аспектів пошуку інноваційних напрямів вдосконалення системи управління підприємством дозволить йому ефективно функціонувати в навколишньому середовищі та бути готовим до змін.

Список використаних джерел

1. Луб'янова, Я.О. Удосконалення системи управління сучасним підприємством (на прикладі ТОВ "Кусум Фарм") [Текст] / Я.О. Луб'янова; наук. кер. Ю.Т. Матвєєва // Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Всеукраїнської науково-технічної конференції студентів, аспірантів і молодих, присвяченої 80-річчю від дня народження професора Олега Балацького, м. Суми, 21-25 квітня 2017 р. / за заг. ред.: Т.А. Васильєвої, Г.О. Швїдїної. – Суми: СумДУ, 2017. – С. 197-198.

2. Мазур В.С. Нові підходи і форми менеджменту, як особливого типу управління. Пріоритети економічного розвитку України: історія та сьогодення. Вінниця, 2016. С. 178-183.

3. Одноволик В. І. Адаптивний контролінг як система управління підприємством у сучасних умовах / В. І. Одноволик // Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. - 2016. - №1-2. - С. 85-89.

4. Радочинська А.В. Удосконалення організаційної структури підприємств в умовах розвитку конкурентного середовища. Сучасний соціокультурний простір. 2017. № 10. С. 6-8.

УДК 658.5

ЩЕРБАНЬ Т. І.

студентка гр. УБ-01-2М

кафедри менеджменту та інновацій

Науковий керівник - к.е.н., доц. Коба Н. В.

Міжнародний університет фінансів

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Цифрова трансформація бізнесу та суттєва зміна навичок співробітників завжди були актуальним питанням. Однак пандемія COVID-19 і спричинені нею обмеження значно прискорили період цих змін, змусивши компанії в пришвидшеному режимі перебудовувати свої бізнес-процеси. Логічно, що це спричинило зміну пріоритетів керівників бізнесів як у світі, такі в Україні й виявило низку нових проблем для майбутнього бізнесу. Власникам потрібно, як ніколи проявляти стратегічну гнучкість, аби вистояти перед наслідками, спричиненими обмеженнями в зв'язку з пандемією. Опинившись в екстремальних умовах карантину керівники об'єднують бізнеси та запроваджують власні програми прямої чи непрямой фінансової підтримки середніх та дрібних партнерів задля того, щоб подолати кризу.

Найбільш вразливими до економічних наслідків COVID-19 виявилися представники малого та середнього бізнесу. Згідно експертної думки, практично кожен п'ятий малий бізнес в Україні підпадає під загрозу закриття. З кожною новою хвилею локдаунів, все більше підприємців знаходяться у скрутному положенні, адже попри значне скорочення доходів, всі вони повинні виконувати свої фінансові зобов'язання перед державою, які ще й обтяжуються додатковими витратами на розробку та організацію дистанційної роботи чи транспортування персоналу. У малих підприємств відсутній достатній запас міцності, щоб деякий час працювати у збиток, і тому вони потребують посилених засобів підтримки.

Цифрова трансформація – це, перш за все, зміна бізнес-моделі компанії, адаптація до постійно змінюваних технологічних трендів. Завдяки цифровій трансформації компанії відбувається розвиток технологій, який сприяє кращому сервісу. Антикризові підтримуючі проекти під час пандемії відбуваються різними шляхами:

Укладання форвардних контрактів. Надає виробникам швидкий доступ до фінансування, а також допомагає своєчасно розрахуватися за продукцію без ризику виникнення небажаної заборгованості.

Податкові пільги для бізнесу. В багатьох країнах відбулось скорочення, відтермінування або тимчасове звільнення компаній від сплати податків. Наприклад, у Польщі в рамках програми «Антикризовий щит» мікробізнес та індивідуальні підприємці були звільнені від сплати соціального внеску.

Кредитні лінії. Внаслідок кризи компанії зіткнулись зі скороченням об'ємів продажів. Тому уряди різних країн почали пропонувати кредитні лінії для підтримки оборотного капіталу бізнесу.

Співпраця гігантів. Разючий приклад співпраці, за результатами якої стежить весь світ, це колаборація фармацевтичних гігантів, що долучилися до спільних проектів з розробки ліків вакцини від COVID-19. Всі спостерігають за альянсом світових фармацевтичних компаній, які об'єдналися, щоб розробляти та виготовляти гіперімунний імуноглобулін. Ініціатива спільних дій почалася з компаній CSL Behring (США) і Takeda (Японія). До них приєдналися Biotest (Німеччина), BPL (Великобританія), LFB (Франція), Octapharma (Швейцарія), а згодом – українська «Біофарма».

Підтримка інших бізнесів. Британський ритейлер винних виробів NakedWines запустив креативну програму лояльності. Клієнти щомісяця вносять 30 фунтів стерлінгів на свій винний депозит, які компанія інвестує у невеликі виноробні підприємства. Натомість клієнт отримує знижку на продукцію і зберігає за собою право вільно розпоряджатися так званим депозитом, при бажанні ним можна буде розплатитися за вино або в будь-який момент зняти гроші.

Під час карантину наші вітчизняні АЗС допомогли приватним підприємцям, надавши площі для продажу товарів, в зв'язку з тим, що всі торгові центри та магазини були зачинені і клієнтам ніде було купити ті чи інші товари. Наприклад квіткові композиції від мережі флористичних салонів Floravital, з'явилися на прилавках деяких українських АЗС, що дало компанії пережити різке закриття магазинів та пристосуватися до умов сьогодення не втративши свій бізнес.

Неординарність кризи вимагає неординарних заходів з боку урядів та підприємців великих, середніх та малих бізнесів. Вони не завжди є оригінальними, проте вражають їхні масштаби. З початком локдауну країни вдалися до часткового покриття заробітних плат, податкових пільг для бізнесу, спеціальних кредитних ліній тощо, а підприємці в свою чергу, намагаються простягнути руку допомоги своїм менш масштабно-розвиненим колегам, щоб ті не втратили свого бізнесу.

Світ, в якому ми живемо сьогодні, принципово відрізняється від того, в якому ми жили вчора. Тому цифрова трансформація не має якоїсь фінальної точки, до якої можна дійти і зупинитися. Це як подорож, кожен крок якої відкриває нові рівні організаційної стійкості, допомагаючи компаніям вийти з цієї кризи і стати ще сильнішими і готовими до наступних викликів. Для цього трансформація повинна стати частиною культури, а не одноразовим актом.

Список використаних джерел:

1. Морозовський А. (травень-червень 2020). Рука допомоги. Приклади антикризових рішень для України. Бізнес., 6-7.
2. Московчук Е. (травень-червень 2020). Порятунк потопуючих. Бізнес., 16-17
3. Цимбал А. (Електронний ресурс KPMG – 2020). Як змінився український бізнес після COVID-19.
4. Жосан Г. (2020). Стан розвитку диджиталізації в Україні. *Економічний аналіз*. Том 30 № 1(2), 44-45.

Секція 4

«Вплив глобальної економіки на конкурентоспроможність та економічну безпеку держави»

УДК 341.215.2:351.82(477)

БЛОХІН П. В.

аспірант

Міжнародний університет фінансів, м. Київ

ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ВІЙНИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ДЕРЖАВИ ЯК ПЕРЕДУМОВА ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ МИРОТВОРЧОСТІ

Ми переконані, що на даний час економічними передумовами пошуку механізмів миротворчості виступає конфлікт інтересів влади і бізнесу, а також недовіра інвесторів та акціонерів до системи підприємницького менеджменту. Серед найбільш важливих макроекономічних передумов - недосконала інфраструктура та нестабільність інвестиційного ринку, що пояснюється відсутністю кредитно-фінансових інститутів та повільними темпами диверсифікації ринку. До внутрішніх економічних передумов можна віднести некомпетентність управлінського персоналу та їх необізнаність у питаннях реалізації інструментів миротворчої функції економічної безпеки держави.[1, С.154 - 158]

Зазначимо, що на систему економічної безпеки структурно впливають постійні та тимчасові загрози. І якщо постійні загрози є майже непереборними і їх вплив завжди враховується економічними суб'єктами, то вплив тимчасових загроз потребує розробки та використання превентивних заходів у напрямку мінімізації загроз.[2] Такі загрози можна охарактеризувати як реальні або потенційні, а також як тимчасовий та/чи постійний конфлікт. Серед основних причин конфліктів, які вимагають постійної уваги до процесів миротворчості є виникнення соціального, політичного та економічного невдоволення у державі; інтенсивність формування міжнаціональних зв'язків; введення санкцій; перехід у приватну власність державних об'єктів, збільшення обсягів капіталів; збільшення конкуренції між державами як в економічній так і в інших сферах; взаємопроникнення внутрішньої та зовнішньої політики держав; вплив інформаційних технологій на виникнення високого рівня мобільності і взаємозв'язку фінансових ринків; залежність держави від іноземних інвестицій; нестійкість фінансової системи; конфлікт суспільних інтересів.

Основними джерелами, за допомогою яких проводились дослідження впливу конфліктів на економічну безпеку країни, виявлення негативних ризиків впливу на забезпечення економічної безпеки держави стали наукові праці та досвід вітчизняних вчених у цій площині проблеми. Таким чином, нами здійснено спробу визначити вплив конфліктів на економічну безпеку країни у постконфліктному періоді у процесі миротворчої діяльності держави (табл.1).

Таблиця 1

Економічні наслідки війни та військових конфліктів їх вплив на економічну безпеку держави (складено автором)

№ п/п	Автор	Економічні наслідки	Вплив економічних наслідків на економічну безпеку держави
1.	В. Горбулін[3]	Відтік капіталу з країни за 2014 рік становив 151млрд дол.; золотовалютні резерви з початку 2014 року зменшилися з 520 млрд дол. США до 360 млрд дол. США станом на початок березня 2015 року	Міжнародні санкції суттєво впливають на економіку держави. Згорання інвестицій і відплив капіталу вже спричинили втрату третини сумарної капіталізації російського ринку акцій. Російський ринок втрачає кредити й фінансові зв'язки з найбільшими західними фінансовими групами, що закономірно зумовлює проблеми з національною валютою.

Продовження таблиці 1

2.	Р. Толмачева[4]	Прямі витрати країн, що воювали склали 208 млрд доларів. Загальна кількість втрат сягнула 36 млн осіб, було знищено 1/3 матеріальних цінностей людства. Військові витрати воюючих держав збільшилися більш ніж в 20 разів, перевищивши в 12 разів наявні запаси золота. Фронт поглинув понад 50% промислової продукції.	Наслідки війни були катастрофічними для народного господарства більшості країн. Німеччина втратила половину національного багатства, практично всі колонії, найважливіші промислові райони. Англія, Франція, виявилися в серйозній фінансовій залежності від США. США і Японія збільшили національне багатство. США утвердилися в якості світового лідера економічного розвитку, а Японія встановила монопольну торгівлю на Південному Сході Азії.
3.	Г. Жекало[5]	Розірвання економічних відносин; торговельні та транзитні ембарго; фінансова експансія; Контроль стратегічних галузей економіки; Припинення дії Договору про зону вільної торгівлі; денонсування чотирьох міжнародних угод на пільгову ціну на газ. Знищення інфраструктури ринку та бізнесу.	Товарооборот України зменшився у 4,4 рази. Експорт товарів скоротився на 70%, а імпорт на 60%. Втрати від торговельних санкцій склали близько 6% ВВП. Втрати від прямих іноземних інвестицій через збройний конфлікт становлять 3%. Анексія Криму призвела до зменшення ВВП України на 4%. Окупація Донецької та Луганської областей, зумовила скорочення виробництва на 70% і це коштувало Україні близько 7% ВВП.

Проведене дослідження засвідчило, що війна має значний вплив на економічний потенціал країни. Так, Німеччина та Японія, які під час Другої світової війни вступили в неї сильними та розвиненими країнами, вийшли переможеними. Попри те, ці країни спромоглися повернути статус сильних високорозвинутих економік завдяки швидкому освоєнню технологічних ресурсів та знань.

Окрім того, серйозним наслідком війни для суспільства може бути зміна ціннісних орієнтирів. Існує припущення, що після Першої світової війни в Європі девальвувалася вікторіанська мораль, а на її заміну прийшов принцип «живемо один раз». Ціле покоління таких люде назвали «втраченим поколінням».[6]

Незважаючи на численні дослідження впливу світових війн на національні економіки, локальні гібридні збройні конфлікти та громадянські війни сучасності мають іншу специфіку, тактику, тривалість та інтенсивність, що впливає на їхні економічні наслідки та зміну ВВП країни, представлено на рис.1.

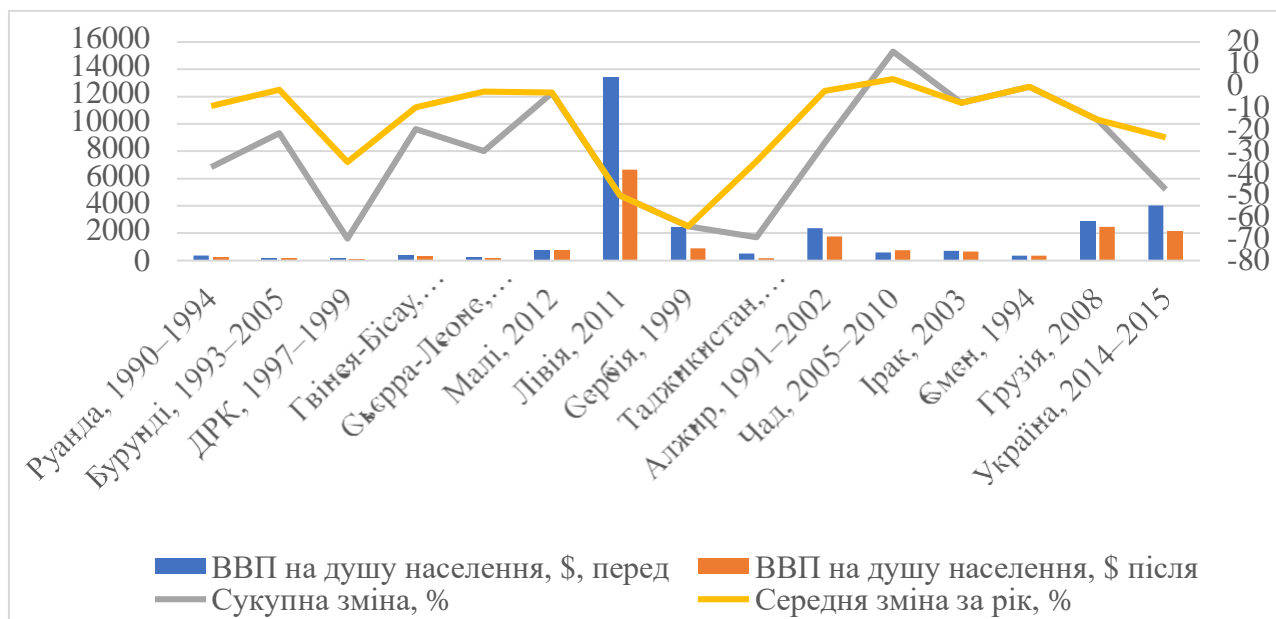


Рис. 1. Зміна ВВП на душу населення, як один з показників економічних наслідків збройних конфліктів з початку до кінця збройного протистояння (Джерело: складено автором на основі)[7]

Проведене дослідження також свідчить про те, що за період з 1990 по 2016 рр. навіть після завершення війни, динаміка падіння ВВП на душу населення є очевидною і коливається в межах 0,5 - 64,3%. Тут варто додати, що П.Кольєр встановив, що рік громадянської війни коштує державі в 2,2 % ВВП. З цього випливає, що при тривалості конфлікту у сім років, ВВП країни стане на 15% нижчим, ніж було до початку конфлікту. Окрім того, негативним економічним наслідком збройних конфліктів, які, зазвичай, охоплюють не всю територію країни, можна вважати внутрішню міграцію трудових ресурсів. Внаслідок цього в зоні конфлікту не залишається достатньо робочої сили, руйнується інфраструктура, а бізнес є непідконтрольним державі.[8]

Зауважимо, якщо виокремити конфлікти, які тривають більше ніж п'яти років, можна переконатися, що показники ВВП є наближеними до показників, які визначив П. Кольєр і становлять близько 1,8 - 2,7 %, представлено на рис.2.

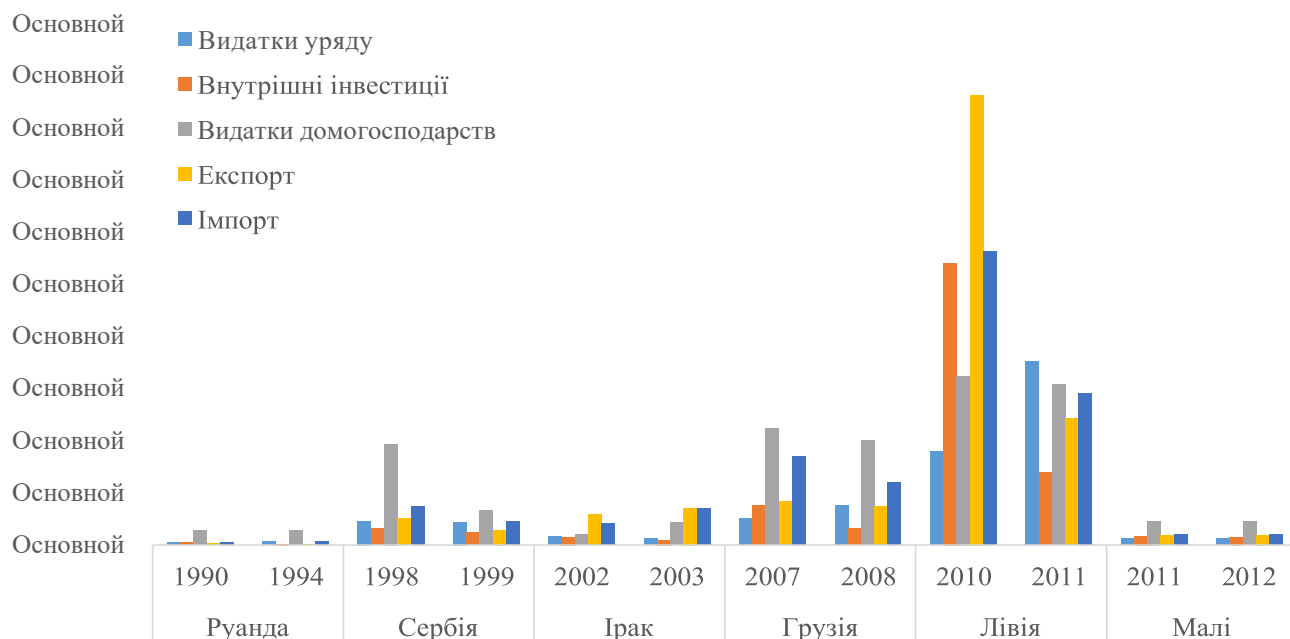


Рис. 2. Зміна деяких макропоказників до та після збройного протистояння, (\$, на душу населення) (Джерело: складено автором на основі)[9]

Щодо України, варто зазначити, що за перші два роки збройного конфлікту слід було очікувати зростання ВВП на душу населення не раніше 2019, а за попередніми розрахунками економічні втрати оцінюються у 3 млрд грн. Окрім того, внаслідок російської агресії на сході України, від початку бойових дій було зруйновано і пошкоджено понад 9,2 тис. житлових будинків та інших об'єктів і це лише на території підконтрольній українській владі, не зважаючи на те, що станом на початок лютого 2019 року на підконтрольній українському уряду території Донецької області було відновлено 6998 житлових будинків з 12905 од., які були пошкоджені з 2014 року[10]

Підсумовуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що військові конфлікти не сприяють економічному зростанню країни, а навпаки призводять до економічного занепаду.

Тому наголошуємо, що основою для сталого розвитку країни, її економічного зростання та забезпечення економічної незалежності держави, є створення і реалізація системи миробудівництва. Адже, у системі миробудівничої політики, економіка миробудівництва займає особливе місце, а її стійкість та гнучкість під час миробудівництва, динамічність її розвитку, значною мірою сприяє стабілізації соціальної сфери, соціальній згуртованості усіх верств населення, подолання деструктивних конфліктів, збільшення зайнятості та підвищенню якості життя населення.

У той же час, економічна безпека країни виступає найважливішою складовою національної безпеки країни, так як впливає на економіку держави загалом та забезпечується сталим економічним розвитком. Основою для сталого розвитку країни її економічного зростання, забезпечення економічної незалежності держави тощо, є створення і реалізація складових економіки миробудівництва у системі економічної безпеки держави, розроблення превентивних і реактивних заходів на всіх рівнях суспільної ієрархії управління.

Список використаних джерел

1. Сорокин П., (2006) Социальная и культурная динамика / П.А. Сорокин / Пер. с англ., вст. статья и комментарии В.В. Сапова. - М.: Астрель. - С. 154 - 158.
2. Ilyash O., (2014) "The principles of state regulation in the sphere of socio-economic security of Ukraine", [Elektronnyi resurs] - Rezhym dostupu URL: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=198323>, Economic Annals-XXI, 07-08(1): -Р. 24-28.
3. Донбас і Крим: ціна повернення : монографія (2015) / за заг. ред. В. П. Горбуліна, О. С. Власюка, Е. М. Лібанової, О. М. Ляшенко. - К. : НІСД, . - 474 с.
4. Толмачева Р. Экономическая история: генезис рыночной экономики / [Elektronnyi resurs] - Режим доступу URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Econom/tolm/06.php, Щербина Л.В История экономики / экономики [Elektronnyi resurs] - Режим доступу URL: <https://history.wikireading.ru/340225>.
5. Збірник наукових праць "Гілея: науковий вісник №145."
6. Результати та наслідки війни / [Elektronnyi resurs] - Режим доступу URL: https://stud.com.ua/29641/politologiya/rezultati_naslidki_viyini
7. ВВП на душу населення в деяких збройних конфліктів / [Elektronnyi resurs] - Режим доступу URL: <http://www.be5.biz/makroekonomika/ebook.html>
8. Баронін А. Як військові конфлікти впливають на економіку / [Elektronnyi resurs] - Режим доступу URL: <https://mind.ua/openmind/20173685-yak-vijskovyi-konflikty-vplyvayut-na-ekonomiku>
9. Макропоказники збройних конфліктів / [Elektronnyi resurs] - Режим доступу URL: <http://www.be5.biz/makroekonomika/ebook.html>
10. Війна на сході України / [Elektronnyi resurs] - Режим доступу URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Війна_на_сході_України.

ЗАГРОЗИ ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Економічна глобалізація, проникаючи в усі сфери національної економіки, безумовно трансформує і економічну безпеку. Результати цих трансформацій складні і суперечливі. З одного боку, національна економіка має ширші можливості в залученні іноземних інвестицій; Україна отримує кредити від міжнародних фінансових установ, стає активним гравцем на міжнародному ринку товарів і послуг; відбувається лібералізація міжнародної торгівлі. З іншого боку, глобалізація економіки несе в собі цілий комплекс ризиків та загроз для економічної безпеки держави це, зокрема: втручання інших країн у внутрішньодержавне регулювання економікою, виклики, пов'язані із відкритістю національної економіки, втрата національного виробника під тягарем засилля імпортованих товарів. Для ефективно розв'язання таких задач в умовах глобалізації, необхідно створити конкурентоспроможну економіку, що дозволить нашій державі стати активним гравцем на арені світогосподарського простору [1, с. 177].

Економічну безпеку можна визначити як здатність та можливість для економіки країни розвиватися в умовах конфліктів, невизначеності, ризиків стосовно умов існуючої дійсності. Загальний стан економічної безпеки України на макrorівні в умовах глобалізації є, по-перше, інтегрованим макроекономічним показником соціально-економічного розвитку країни; по-друге, основою для розробки стратегічної державної політики і конкретних заходів її реалізації і, по-третє, вирішальною умовою узгодження та реалізації всієї системи економічних інтересів країни, зберігання цілісності держави, що й забезпечать її економічну незалежність. Без забезпечення економічної безпеки неможливо вирішити жодного завдання як у внутрідержавному, так і у зовнішньополітичному плані. Кризові тенденції, що характеризують розвиток економіки України на сучасному етапі, зумовили визначення внутрішніх загроз для економічної безпеки України на макrorівні як таких, що набагато перевищують небезпеку зовнішніх і можуть призвести до дезінтеграції України, до загальнонаціональних техногенних та екологічних катастроф, соціального вибуху або істотного обмеження можливостей керівництва держави щодо вирішення внутрішніх проблем і дій на міжнародній арені. Економічна безпека України на макrorівні знаходиться на межі критичного рівня, що свідчить про нагальну потребу у дослідженні актуальних проблем економічної безпеки та розробці низки пропозицій щодо поліпшення стану даного показника [2, с.55]. Виділяють такі види безпеки України, на яку впливає глобалізація: макроекономічна безпека, фінансова безпека, інвестиційно-інноваційна, зовнішньоекономічна, демографічна, енергетична, соціальна [3, с.94].

Кожен із вище перелічених видів включає окремі індикатори загроз економічній безпеці України. Реальним показником такої загрози, наприклад, є зростання тінізації економіки, адже в умовах глобалізації, країни мають більш відкритий доступ до офшорних зон, що сприяє підпільному експорту товарів, які заборонені для виробництва та продажу в їх країні.

Індикаторами загрози фінансової безпеки можна вважати збільшення простроченої заборгованості за зовнішніми кредитами, відношення обсягу валового зовнішнього боргу до ВВП (>70%) [4], відношення обсягу резервів до валового боргу досягає критичного значення, а зовнішній державний борг завжди перевищує показники, які гарантує держава [5].

Загрозою для інвестиційно-інноваційної безпеки України стали низький приріст прямих іноземних інвестицій, велика частка продукції, що реалізується на конкурентних ринках держави, незначна чисельність спеціалістів, які виконують науково-технічні роботи, зумовлена міграцією робочої сили за кордон. Це можна вважати і демографічною загрозою для економічної безпеки України.

Зовнішньоекономічною загрозою вважається й питома вага сировинного експорту та низький ступень переробки експорту промисловості в загальному обсязі експорту товарів. Тобто продається дешева сировина, натомість імпортуються дорогі товари, виготовленні з цієї ж сировини. Вивіз сировини та природних ресурсів є також енергетичним індикатором загроз безпеці України.

Соціальним індикатором загроз для економічної безпеки країни є те, що українці купують дорогі імпортовані товари, адже більше довіряють іноземному виробнику, ніж українському. Якби зріс імідж вітчизняного виробника, то населення могло б купувати більш доступні товари, відповідно, виробники отримували б більший прибуток, а держава – більші податкові надходження до бюджету.

Для зменшення рівня економічної небезпеки потрібно застосувати комплексний підхід на основі упередження й нейтралізації загроз через моделювання процесу їх виникнення, прояву та поширення на етапах:

1. Ідентифікації та раннього виявлення загроз через:
 - ідентифікації подій, явищ, процесів та інших чинників, що утруднюють реалізацію національних економічних інтересів;
 - отримання відомостей щодо характеру й масштабу прояву загрози, її рівня, динаміки та тенденцій зміни;
 - прогнозування наслідків впливу негативних проявів загрози в разі її реалізації.
2. Запобігання та усунення впливу загроз через:
 - пошук цільових стратегічних орієнтирів;
 - ресурсне забезпечення альтернативних рішень;
 - обґрунтування варіантів стратегічних рішень;
 - пошук суб'єктів, відповідальних за реалізацію заходів щодо нейтралізації загрози [6, с. 82].

Для того, аби їх усунути, необхідно:

- в інноваційно-інвестиційній складовій – реалізовувати комплексну послідовну стратегію збільшення обсягів іноземного інвестування в умовах нестабільності та високого рівня ризику; забезпечити інноваційну спрямованість інвестиційних ресурсів; створити сприятливий інвестиційний клімат через механізми державно-приватного партнерства;
- в енергетичній складовій – реалізувати програму енергоефективності; упровадити інноваційні технології в енергетичному секторі для переробки сировини, яка йде на експорт.
- у фінансовій складовій – бажаним є перехід від пасивного залучення коштів на фінансування дефіциту бюджету до системного управління боргом на основі стратегії боргової політики України; підвищення стабільності ресурсної бази банків.
- у соціально-демографічній складовій – уникнути загроз допоможе збільшення реальних доходів населення; формування й реалізація ефективної демографічної політики; запровадження механізмів моніторингу та впливу на міграційні процеси [6, с. 91].

Ліквідація системних й упередження додатково набутих загроз та мінімізація їх негативного впливу на функціонування економічної системи держави належить до компетенції державних органів влади у рамках формування державної економічної політики. Вирішальне значення при формуванні пріоритетних напрямів забезпечення економічної безпеки національної економіки відіграє блок аналітичного забезпечення, на який покладено функції оцінювання рівня економічної безпеки, ефективності й конкурентоспроможності національної економіки та її окремих галузей, ідентифікації й моделювання системи реальних і потенційних загроз, оцінювання впливу загроз та прогнозування можливих наслідків у перспективі.

Список використаних джерел:

1. Дудка Ю.П. (2015). Конкурентоспроможність економіки та економічна безпека України: проблеми взаємодії та взаємозв'язку у форматі неоліберальної парадигми глобалізації. Вісник Хмельницького національного університету, № 4, 177-182.
2. Левчук О.В., Коваленко В.А. (2018). Макроекономічні питання економічної безпеки України. Економіка і суспільство, №5, 53-58.
3. Маслій О.А. (2020). Вплив системних загроз економічній безпеці України на конкурентоспроможність національної економіки. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Вип. 36, 91-97.
4. Динаміка валового зовнішнього боргу і ВВП України з 2006 по 2020 рр. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/foreigndebt/>
5. Зовнішній державний та гарантований державою борг України в 2021 р. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/debtgov/foreign/>
6. А.І. Мокій та ін. (2019). Конкурентні стратегії безпеки розвитку України у глобальному середовищі, 872 с.

ДОСЛІДЖЕННЯ НАПРЯМІВ ЕКОЛОГІЧНОГО ПРОРИВУ УКРАЇНИ У ПРОЦЕСІ ГЛОБАЛЬНИХ ЗМІН

Екологічні інновації повинні сприяти прискоренню процесу глобальних змін стратегії «економічного прориву» та забезпечення сталого екологічного та соціально-економічного розвитку. В умовах збільшення викидів парникових газів, триваючого процесу глобального потепління, зростаючого забруднення навколишнього середовища та спустошення багатьох довкілля та природних екосистем необхідно стимулювати розвиток екоінновацій та проєкологічні реформи на основі концепції зеленої економіки.

Одним із найважливіших індикаторів екологічного прориву національної економіки є індекс екологічної ефективності (ІЕЕ), який виявляє напругу між двома основними аспектами сталого розвитку: екологічним здоров'ям, яке зростає з економічним зростанням та процвітанням, життєздатністю екосистеми, яка перебуває під напругою індустріалізації та урбанізації. Україна у рейтингу 180 країн у 2019 році Україна посіла 109 місце з-поміж Туреччини (108 місце) та Гватемали (110 місце) з ІЕЕ 52,87. У той же час найвищий рівень екологічної ефективності спостерігався у Швейцарії, Данії (81,60), Фінляндії (78,64), Німеччини (78,37) та Японії (74,69) [1].

Таблиця 1

Індикатори екологічного прориву України та країн прогресивного розвитку, 2019 р. [1]

Індикатори	Україна	Фінляндія	Німеччина	Данія	США	Канада	Австралія	Південна Корея	Китай	Сінгапур	Японія
Індекс екологічної ефективності, ЕО	52,87	78,64	78,37	81,6	71,19	72,18	74,12	62,3	50,74	64,23	74,69
Сукупні викиди "парникових" газів (тон на 1000дол ВВП)	0,57	0,21	0,2	0,12	0,29	0,36	0,37	0,37	0,5	0,11	0,24
Індекс охорони навколишнього середовища, ЕО	64,44	99,35	88,68	98,2	93,91	97,51	97,95	73,3	31,72	72,14	92,99
Індекс життєздатності екосистеми, ЕО	45,16	64,83	71,5	70,53	56,04	55,29	58,23	54,96	63,42	58,96	62,48
Частка споживання відновлювальної енергії, %	4,1	43,2	14,2	33,2	8,7	22	9,2	2,7	12,4	0,7	6,3
Діючі договори пов'язані з довкіллям, ЕО	20	29	29	29	16	20	24	25	24	18	26

Екологічному прориву України сприятимуть зменшення темпів росту сукупних викидів "парникових" газів. За експертними оцінками виконання зобов'язань 158 країнами, які відповідають за 94% викидів парникових газів, дозволять обмежити зростання глобальної температури на близько 2,7°C до 2100 року. Разом з тим, Україна опинилася серед 15 країн з «неадекватним» внеском для обмеження підвищення температури в межах 2°C, та викиди

України зростатимуть на 42% від рівня 2019 року до 2030 року, тоді як відповідно до всіх сценаріїв для утримання температури в межах 2°C необхідно поступово скорочувати викиди протягом наступних десятиліть [2].

Станом на 2019 рік викиди CO₂ на ВВП на 1000 доларів в Україні склали 0,57 т CO₂ / 1000 \$, що становить 19,12% від загальних викидів CO₂ на 1000 доларів ВВП решти 10 досліджених країн, а Міжнародний аналітичний центр Climate Action Tracker вніс Україну до списку країн, чиї внески для досягнення цілей Паризької Угоди є критично недостатніми. У той же час Китай, Корея, Канада, Австралія та США складають 70,36% загальних викидів CO₂ на ВВП на 1000 доларів і становлять 2,97 т CO₂ / 1000 \$ у 2019 році [3].

Провідними країнами, що зменшують свої викиди парникових газів є Сінгапур (0,11 т CO₂ / 1000 \$), Данія (0,12 т CO₂ / 1000 \$). У 2019 році Сінгапуром проведено наступні заходи: Урядовим Банком розвитку Сінгапуру (DBS) оголошено про припинення фінансування нових електростанцій на вугіллі в усьому світі; 2019 рік оголошено «роком нульових відходів»; додаткова політика в енергетичному секторі включає багаторазові стимули для збільшення частки відновлюваної генерації та розширення потужностей відходів до енергії; Національним агентством з водних ресурсів Сінгапуру у 2016 році запущено плавучу сонячну випробувальну батарею на водосховищі Тенге; Програма SolarNova, яка є частиною плану Сінгапуру досягти 350 МВт встановленої сонячної потужності до 2020 року.

Індекс охорони навколишнього середовища як один з показників екологічного прогресу України склав у 2019 році лише 64,44, що на 54 - 60 % нижче, ніж у Фінляндії (99,35), Данії (98,20) та Австралії (97,95), що обумовлено високим рівнем використання ресурсомістких та енергоємних технологій, впровадження та експлуатація яких здійснювалися без будівництва відповідних очисних споруд та без урахування вимог охорони довкілля, система моніторингу довкілля та виконання міжнародних зобов'язань України у природоохоронній сфері потребує кардинального удосконалення [4]. Досвід Японії: введення стандартів якості продукції і навколишнього середовища; екологічна експертиза; угоди між місцевими органами влади й підприємствами про контроль за забрудненням; система арбітражу екологічних конфліктів. Уряди Франція, Німеччини, Великобританії, Нідерландів фінансують екологічні дослідження, зокрема розробку "чистих" технологій [5].

Співвідношення індикаторів екологічного прориву України та країн прогресивного розвитку представлені на Рис. 1

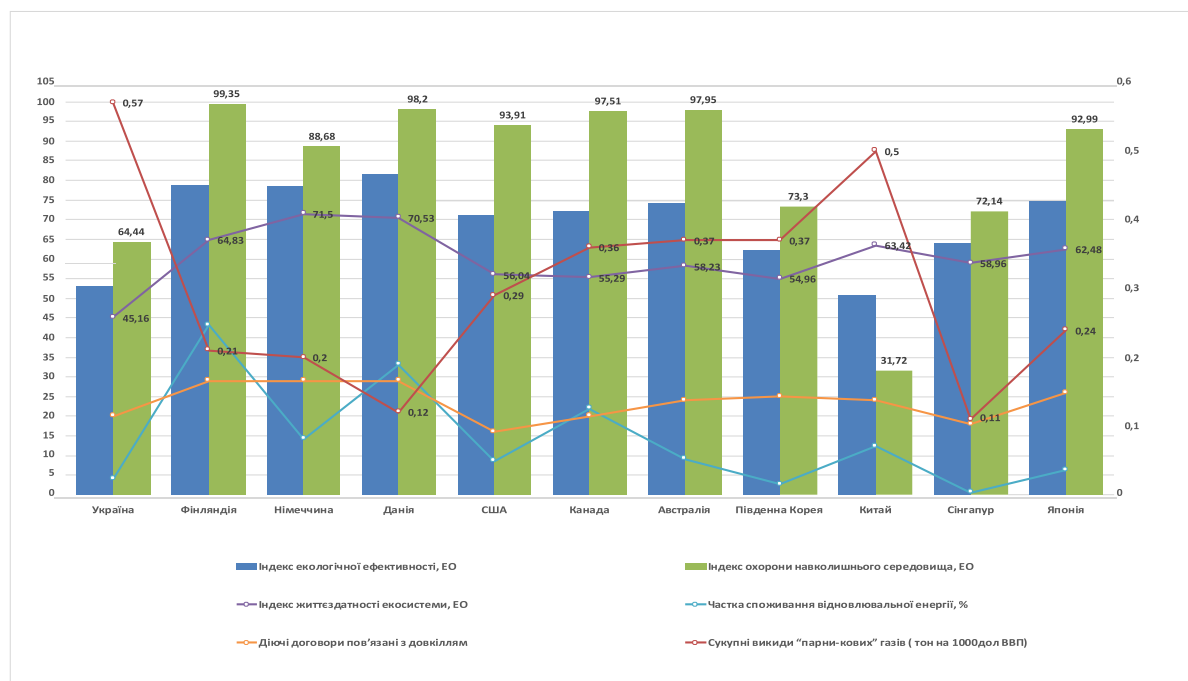


Рисунок 1 – Співвідношення індикаторів екологічного прориву України та країн прогресивного розвитку

Енергоємність ВВП України перевищує середньосвітовий показник і показники розвинених країн. За даними Світового банку, у 2014 р. на створення одного долара світового ВВП (за паритетом купівельної спроможності 2011 р.) витрачалося 0,127 кг нафтового еквівалента, в Україні цей показник у 2,35 разу вище – це 0,298 кг н. е. на один доллар ВВП.

Приріст частки споживання відновлювальної енергії в Україні склав 0,8% і склав 3,8% у 2019 році.

Висока ефективність використання відновлювальної енергетики світових лідерів досягається за рахунок таких заходів: субсидії Уряду Фінляндії у будівництво енергетичних потужностей, що працюють на лісовому паливі; відшкодування 30 – 40 % вартості проекту компаніям, муніципалітетам, у разі використання нових технологій; Програми підтримки «зеленими» тарифами і зменшеними на 50% податками на викиди парникових газів виробників відновлюваної енергії багатьох видів, зокрема, з вітру, сонця і хвиль; Програми підтримки «теплові бонуси» комбінованих енергосистем, генеруючих з «лісового палива» одночасно і електрику, і тепло (Уряд виплачує 50 євро за кожну вироблену мегават-годину енергії з біогазу і 20 євро за кожну мегават-годину енергії з деревного палива); Стратегія збільшення у дорожньому транспорті частки біопалива з 18% у 2021 році до 30% у 2030 році, скоротивши при цьому споживання нафтопродуктів на 50%. Данія, покриває 43% усіх потреб населення у електроенергії вітроелектростанціями. У 2017 році Данія запровадила заборону на спалювання вугілля і нафтопродуктів на електро- і теплостанціях до 2030 року; частка споживання енергії транспортним сектором (дороги та залізниці) повинні складати не більше 10%, решту - з відновлюваних джерел енергії до 2020 року [6].

Україна є суверенною стороною 20 багатосторонніх міжнародних договорів у галузі охорони довкілля. Разом з тим, діючі договори пов'язані з довкіллям активно використовує Фінляндія, Німеччина, Данія (29 договорів кожна країна), також Японія (26), Корея (25) [7].

Політика довкілля досліджуваних країн повинна охоплювати окрім системи законодавства, фінансові програми (програма LIFE) та технічні інструменти: еко-маркування, систему захисту довкілля та екологічного моніторингу, а також спільні критерії, що застосовуються до екологічних інспекцій у державах-членах [8].

Список використаних джерел

1. Environmental Performance Index [Електронний ресурс] // – Режим доступу до ресурсу: <https://epi.envirocenter.yale.edu/epi-topline>.
2. Юлія Огаренко. Рецепт України. Як наблизити глобальну кліматичну катастрофу [Електронний ресурс] // – Режим доступу до ресурсу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2016/01/12/575427>.
3. Climate Aktion Tracker. [Електронний ресурс] // – Режим доступу до ресурсу: <https://climateactiontracker.org/countries/ukraine/>
4. Пріоритети державної політики щодо зниження забруднення навколишнього середовища". Аналітична записка. [Електронний ресурс] // – Режим доступу до ресурсу: <http://old2.niss.gov.ua/articles/1823/>
5. Зарубіжний досвід державного регулювання у сфері охорони навколишнього природного середовища. [Електронний ресурс] // – Режим доступу до ресурсу: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/apdu/2018-1/doc/6/01.pdf>
6. Хто «найзеленіший»: як передові країни Європи розвивають альтернативну енергетику. [Електронний ресурс] // – Режим доступу до ресурсу: <https://mind.ua/publications/20194992-hto-najzelenishij-yak-peredovi-krayini-evropi-rozvivayut-alternativnu-energetik>
7. Оцінка ступеня імплементації у національному законодавстві і використання можливостей ратифікованих Україною міжнародних природоохоронних документів". Аналітична записка [Електронний ресурс] // – Режим доступу до ресурсу: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/nacionalna-bezpeka/ocinka-stupenya-implementacii-u-nacionalnomu-zakonodavstvi-i>
8. Політика у сфері охорони довкілля. [Електронний ресурс] // – Режим доступу до ресурсу: https://minjust.gov.ua/m/str_2971.

КУРИШКО Н.В.

Студентка кафедри фінансового менеджменту
 Науковий керівник – **к.е.н., доц.Блащук-Дев'яткіна Н.З.**
 Львівський національний університет імені Івана Франка

ВПЛИВ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ НА ФІНАНСОВУ БЕЗПЕКУ УКРАЇНИ

На сучасному етапі розвитку світової економіки найважливішими тенденціями є поглиблення інтеграційних процесів та глобалізація світової економіки. Сьогодні глобалізація характеризується високою інтенсивністю та динамічністю, що посилюється через розвиток інформаційних технологій. Інтеграційні процеси між країнами у значній мірі пов'язана з діяльністю транснаціональних корпорацій, які безпосередньо чи опосередковано впливають на соціально-економічні та політичні процеси у світі. ТНК поглибили рівень взаємозалежності між країнами через процес міжнародного поділу праці та кооперації національних економік.

За даними звіту CBCR (звітування по країнах), загальний дохід ТНК складає 60% світового ВВП. До прикладу, у США дохід становить 67% від загального ВВП, Франції та Канаді – 70%, у Китаї – 46%. В Україні дохід від дочірніх підприємств ТНК становить 17% від ВВП.

Економічний розвиток окремої країни в сучасних умовах глобалізації неможливий без взаємодії з міжнародними компаніями. Україна також активно інтегрується до світових економічних інституцій та зазнає зовнішнього впливу з боку транснаціональних корпорацій.

За даними Держкомстату, в Україні у 2019 році валовий внутрішній продукт збільшився на 413 млн. грн. у порівнянні з попереднім.

Зростання прибутку спостерігалось в таких галузях, як промисловість, торгівля, сільське господарство, транспорт.

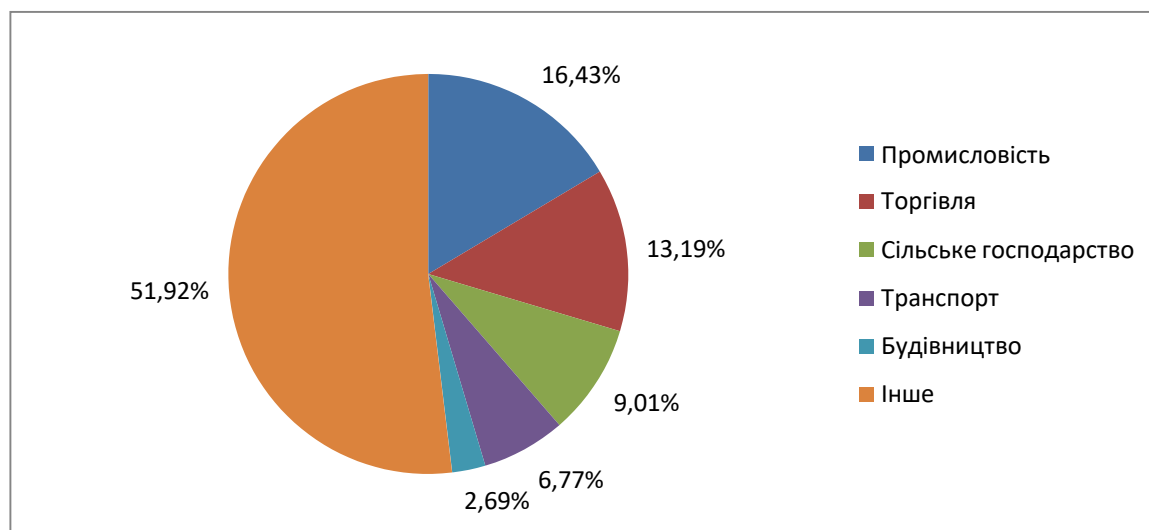


Рис.1 Структура валового внутрішнього продукту за 2019 рік, %

**Джерело: складено на основі [3]*

Найбільші інвестиції від ТНК відбуваються у ті сфери українського ринку, де немає жорсткої конкуренції з національними підприємствами і є високі доходи. Більшість інвестицій націлена на харчову промисловість та паливно-енергетичний комплекс.

На українському ринку діють понад 30 транснаціональних корпорацій. Найбільшими серед них є: «Кока-Кола Беверіджиз», «Філіп Морріс Україна», «Procter & Gamble Україна», «Нестле Україна», «Макдональдз Юкрейн Лтд», «Райффайзен Банк Аваль» та інші.

Україні варто створювати та розвивати власні міжнародні компанії. Зараз найбільшими українськими ТНК є: ВАТ «Укрнафта», корпорація «УкрАвто», «Рошен», НВГ «Інтерпайп».

Табл. 1 Найбільші інвестори серед ТНК у промисловість України*

Інвестор	Сума, млн. дол. США	Сфера вкладення капіталу
Pepsi Co (США)	250	Виробництво безалкогольних напоїв
Компанія «Київстар GSM»	240	Телекомунікації
Coca Cola (США)	230	Виробництво безалкогольних напоїв
McDonald's	100	Заклади харчування
Golden Telecom	100	Телекомунікації
Cargill	85	Харчова промисловість, сільське господарство, торгівля
Nestle	41	Кондитерська промисловість
Sun INBEW	40	Пивоварна промисловість
Нафтова компанія «Лукойл»	37	Нафтова галузь
BAT Industries PLC	35	Модернізація виробництва сигарет
Kraft Jacobs Suchard	20	Харчова промисловість
Otis Elevator Ins	17	Виробництво та обслуговування ліфтів
Tetra Laval	7,6	Виробництво упаковки для харчових продуктів
Siemens AG	5,8	Виробництво комунікаційного обладнання

*Джерело: складено на основі [2]

Сьогодні Україна стикається з великою кількістю загроз, що порушують її фінансову безпеку та економіку в цілому. Наразі фінансова безпека є метою, а не інструментом для регулювання економічних процесів. Це зумовлено сепаратизмом на сході України, проведенням антитерористичних операцій, зовнішньою агресією, корупцією у владі, наявністю енергетичної залежності від країни-агресора та пандемією корона вірусної хвороби.

З огляду на реальний стан фінансової безпеки, розвиток діяльності ТНК на українському ринку має певні ризики, такі як: занепад національних підприємств, уникнення від сплати податків, загроза для національної культури, заміщення держави в контролі ринку, маніпулювання потребами і смаками споживачів.

Існує ряд позитивних чинників діяльності міжнародних компаній, які відграють вагомую роль як і в світовій практиці, так і на території України:

- Створення додаткових робочих місць.
- Покращення виробничої бази та зростання якості продукції.
- Відбувається постачання капіталу.
- Науково-технічний прогрес.
- Розвиток господарської діяльності.
- Впровадження інновацій.
- Можливість економічного зростання у країнах, що розвиваються.
- Посилення процесів інтернаціоналізації та глобалізації.
- Зростає добробут в обраних регіонах.

Так, зважаючи на проблеми української економіки, діяльність ТНК є важливою ланкою в зміцненні фінансової безпеки держави. Необхідно сприяти діяльності ТНК на території України. Однак, сьогодні існує ряд проблем для розширення діяльності цих компаній, зокрема:

- Коливання національної валюти.
- Недосконалість національного законодавства.
- Нестабільне політичне та правове середовище.
- Корупція в усіх сферах господарської діяльності.
- Нездатність судової системи виконувати свої функції в повному обсязі.
- Нерозвинутий внутрішній інвестиційний ринок, ринок інфраструктури та науково-технічна діяльність.
- Обмеження зовнішньоторговельна орієнтація.

Отже, діяльність ТНК в Україні є вагомим фактором для розвитку економіки та зміцнення фінансової безпеки. Транснаціоналізація економіки створить нові пріоритети економічного

розвитку та зовнішньоекономічної діяльності, тому Україні варто здійснювати заходи для залучення інвестицій від ТНК. Комплекс заходів повинен включати: подолання бюрократичних бар'єрів та корупції, покращення інвестиційного клімату, впровадження податкових та митних пільг, дотацій, субсидій, субвенцій, але, які водночас не будуть обмежувати національного товаровиробника, покращення макроекономічної стабільності та політично стабільності, підвищення рівня життя населення, що в свою чергу створить попит на продукцію.

Для уникнення загроз та негативного зовнішнього впливу від міжнародних компаній, державі необхідно здійснити ряд змін в економічній та законодавчій сферах для підвищення конкурентоспроможності вітчизняного ринку та захисту національних інтересів держави.

Список використаних джерел

1. Віннічук Ю., Головнюв С. 200 найбільших компаній України 2018 року. Бізнес Цензор. URL <https://biz.censor.net>
2. Глобальний аналіз базових макроекономічних показників України (2013-2019). Комплексне дослідження економічних процесів URL <http://publicaudit.com.ua>
3. Е.М.Лимонова (2019). Транснаціоналізація світової економіки. Університет імені Альфреда Нобеля. 137 с.
4. Скавронська І.В. (2016). Місце і роль ТНК у розвитку національних економік//Молодий вчений. № 4. С.197-200
5. Чумак Н.В. (2016). Проблемні аспекти діяльності транснаціональних корпорацій в Україні. Глобальні та національні проблеми економіки. №9. С.719-723.
6. Country-by-country report, CBCR. OECD.Stat. URL <https://stats.oecd.org>.

УДК: 336.76

*Маслова Наталя Олександрівна,
к.е.н., доцент,
доцент кафедри банківської права Київського національного
торговельно-економічного університету, м. Київ,*

ДОСЛІДЖЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ ЦЕНТРАЛЬНИХ БАНКІВ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН СВІТУ

Сьогодні, в умовах пандемії коронавірусу COVID-19, яка стала каталізатором розгортання глобальної фінансової кризи, перед центральними банками світу на перше місце вийшли проблеми знаходження ефективних інструментів збереження стабільності світової економіки, загалом, та економіки кожної країни світу, зокрема. Треба відмітити, що економічна криза 2020-2021 рр. є більш «руйнівною» ніж попередні економічні кризи 21 сторіччя, яка, за прогнозами експертів [1], буде триватиме ще не менше двох років.

Разом з тим, треба відмітити, що глибина впливу негативних наслідків на економіку кожної країни напряду буде залежати від її економічної «міцності» та виважених дій центрального банку. Прогнозується, що під час поточної фінансової кризи, розвинені країни постраждають менше порівняно з країнами, які розвивають та реформують свою економіку, оскільки свого часу вони сформували певні стабілізаційні фонди та буфери капіталів, застосували заходи для суттєво зменшення боргових «тягарів» та дефіцитів своїх бюджетів. На відміну від країн з розвинутою економікою, країни, що розвиваються та проводять структурні реформи (в т.ч. й Україна), не мають такого захисту, а це може призвести до більш глобальних кризових явищ у їхніх економічних системах. Тому, сьогодні перед центральними банками та урядами цих країн, а також всіх країн світу, стоїть основна задача щодо знаходження дієвих інструментів грошово-кредитної політики, які зможуть забезпечити високу ефективність впливу на макроекономічні показники з метою стабілізації ситуації та економічного зростання.

Віддаючи належне вагомим науковим розробкам вітчизняних та зарубіжних дослідників, необхідно зазначити, що сьогодні спостерігається інша ситуація щодо походження поточної кризи та її наслідків від тих, що відбувалися в світі в попередні роки, враховуючи вплив нових «викликів», спричинених пандемією коронавірусу COVID-19. Невирішеними частинами проблеми залишається комплексні дослідження практики застосування інструментів грошово-кредитної політики центральними банками країн світу з метою узагальнення даного досвіду для визначення найбільш ефективних з них для застосування в умовах світової фінансової кризи та пандемії коронавірусу COVID-19.

Досліджуючи світовий досвід застосування інструментів грошово-кредитної політики, ми звертаємо увагу на практику центральних банків європейських країн, досвід яких є дуже цінним для України (таблиця 1).

Таблиця 1

Інструменти грошово-кредитної політики, які застосували європейські країни, в контексті кризи, викликаній пандемією COVID-19

Країна	Знижен-ня ставки рефінансування	Зміна нормативу обов'язкового резервування	Звужен-ня коридору відсоткових ставок	Операції з довгим строком	Зас-тава	Валютні свопи, фінанс. у іно-земній валюті	QE	Пруденційне регулювання
Європейські країни, економіки яких знаходяться у процесі розвитку та реформування								
Україна	+	+	+	+	+			+
Чехія	+							+
Грузія	+							+
Угорщина	+	+			+		+	+
Молдова	+	+						+
Польща	+	+	+				+	+
Румунія	+		+			+	+	+
Туреччина	+	+			+	+	+	+
Розвинені європейські країни								
Франція					+	+	+	+
Німеччина					+	+	+	+
Греція					+	+	+	+
Італія					+	+	+	+

*Примітка: розроблено на основі джерела [2]

Як видно, з результатів дослідження, європейські країни, які зараз активно розвиваються та за своїм економічним станом більше відповідають ситуації в Україні, демонструють найбільш використання традиційних інструментів грошово-кредитної політики в своїх країнах. На відміну від них, країни з розвинутими економіками, які вже вичерпали потенціал традиційних інструментів грошово-кредитної політики протягом попередньої кризи, майже миттєво перейшли до більш новітніх інструментів.

Результати більш глибокого вивчення заходів грошово-кредитної політики європейських країн, економіки яких розвиваються та за своїм економічним станом більше відповідають ситуації в Україні, наведені у таблиці 2.

Таблиця 2

Заходи грошово-кредитної політики України та окремих європейських країн для подолання кризових явищ під час пандемії коронавірусу Covid-19*

Країни	Заходи
Польща	<ol style="list-style-type: none"> 1. Народний банк Польщі (НБП) знизив ключову процентну ставку до 0,5 % та запровадив операції репо (тонкого налаштування) для забезпечення ліквідності для банків. 2. НБП знизив необхідний резервний коефіцієнт з 3,5 до 0,5 % та підвищив процентну ставку за обов'язковими резервами до рівня, рівного процентній ключовій ставці. 3. НБП розпочав на вторинному ринку купівлю польських казначейських цінних паперів та розширив перелік цінних паперів, що приймаються у заставу. 4. НБП запровадив програму забезпечення фінансування банківського кредитування нефінансових приватних підприємств. 5. Скасовано 3-х відсотковий буфер системного ризику для вимог банківського капіталу. 6. Польський орган фінансового нагляду (ПФСА) оголосив заходи, пов'язані з резервами та перекласифікацією позик існуючим підприємствам середнього, малого та мікробізнесу з метою дозволу повернення кредитних сум протягом більш тривалого періоду. 7. Польська Асоціація банківської діяльності рекомендувала банкам добровільну відстрочку платежів за кредитами для постраждалих позичальників на три місяці. Банки також збільшили ліміти на безконтактні кредитні картки.
Чехія	<ol style="list-style-type: none"> 1. Зниження ключової процентної ставки до 0,25 %. 2. Збільшення частоти операцій репо з одного до трьох разів на тиждень і зниження антициклічної ставки буфера капіталу на 0,75 в. п. до 1 %, що вступило в дію з 1 квітня 2020 р. 3. Внесення змін до закону про Чеський національний банк щодо розширення повноважень використання типів цінних паперів на вторинному ринку у разі виникнення шоків ситуацій та розширення кола учасників для співпраці.
Румунія	<ol style="list-style-type: none"> 1. Національний банк Румунії (НБР) знизив ключову ставку грошово-кредитної політики на 0,50 в. п. до 2,0 %. 2. НБР звужив коридор процентних ставок до $\pm 0,5$ в. п. 3. НБР запровадив проведення репо-операцій зворотного викупу державних цінних паперів для забезпечення ліквідності кредитних установ.

	4. НБР почав купувати державні цінні папери на вторинному ринку та запровадив певні оперативні заходи для забезпечення безперебійного функціонування платіжних та розрахункових систем. 5. НБР дозволив банкам відтермінувати погашення позик для домогосподарств та підприємств, які постраждали від COVID-19, на термін до дев'яти місяців.
Словенія (зона євро)	1. Банк Словенії (БС) поширив усі заходи ЄЦБ на всі банки Словенії, зокрема ощадні. 2. Постраждалими фірмами та домогосподарствам дозволено отримувати відстрочення повернення банківських позик на строк до 12 місяців. 3. Банк Словенії знизив максимальний рівень дозволених комісійних платежів на банківських рахунках. 4. Міністерство фінансів Словенії обмежило розподіл прибутку в банках та ощадних касах; та (iv) BoS
Україна	1. НБУ знизив облікову ставку до 6 %. 2. НБУ повернув практику рефінансування банків у обсягах, що обмежуються наявною в банків ліквідною заставою, до якої можуть входити ОВДП, депозитні сертифікати Нацбанку, іноземна валюта, а також в майбутньому – корпоративні облігації, забезпечені державною гарантією, муніципальні облігації. 3. Доступ до рефінансування отримає будь-який український банк з прозорою структурою власності і без простроченої заборгованості перед НБУ. 4. Тендери з підтримання ліквідності банків строком до 90 днів проходитимуть щотижня, а з надання довгострокового рефінансування від року до п'яти років – раз на місяць. 5. НБУ відстрочив впровадження банками буферів капіталу, включаючи буфер консервації капіталу і буфер системної важливості. Водночас, банки мають виконувати мінімальні вимоги достатності та регулятивного капіталу. 6. НБУ відстрочив проведення стрес-тестування банків.

*Примітка: розроблено на основі джерела [3]

Загалом, аналіз інструментів грошово-кредитної політики України та вибраних європейських країн, що розвиваються, (див. табл. 2) показує, що зусилля центральних (національних) банків будуть спрямовані на «пожвавлення» економічної активності шляхом запровадження певних монетарних програм, що, на нашу думку, несе в собі й певні ризики, особливо для країн, що розвивають свою економіку. Масштабні дії центральних банків світу щодо суттєвого зниження рівня облікових ставок, активізації операцій з рефінансування банків та застосування інших стимулюючих інструментів грошово-кредитної політики, може, з одного боку, підвищити ризик стрімкого підвищення інфляції, а з іншого боку, стати «каталізатором» для «запуску» економіки. Тому, вибір даних інструментів потребує виважених дій на основі ретельних досліджень ситуації, яка складається у економіці певної країни.

Треба також враховувати, що, для визначення найбільш ефективних інструментів грошово-кредитної політики в умовах кризи, причинених пандемією, слід виходити з того, що світовій економіці не вдалося остаточно оговтатися від глобальної рецесії 2008 року, тобто, не були вирішені основні причини цієї кризи. Тому сьогодні всі країни знаходяться в більш нестабільному економічному стані ніж під час попередньої кризи (накопичилось ще більше боргів, а довіра до глобального інвестиційного та торгової системи підірвана).

Також, треба розуміти, що світ чекає достатньо довгостроковий кризовий період, про що говорить п'ятий Генеральний секретар Організації з економічного співробітництва та розвитку Анхель Гуррія [4], який повідомив BBC, що «вже зараз економічні наслідки поширення хвороби є більшими, ніж просто фінансова криза, а вірити в те, що постраждалі країни зможуть швидко відновити свої економіки - це "видавати бажане за дійсне"».

Тому при виборі інструментів слід враховувати прогнози щодо перебігу подій, а саме, якщо економічна криза, спричинена пандемією, виявиться досить короткостроковою (тобто, протягом 2021 року пандемія буде практично подоланою), в якості реакції теоретично можлива традиційна комбінація адаптивної грошово-кредитної політики (в ідеалі - обмеженого скорочення ставки центральних банків, але можливо - і в вигляді неортодоксальних заходів щодо зниження довгострокових процентних ставок) з автоматичними фінансовими стабілізаторами. Однак, якщо криза буде тривалою, знадобляться «ін'єкції» ліквідності з боку центральних банків, більш активна фінансова політика, а також зусилля щодо підтримки політики вільної торгівлі та іноземних інвестицій. Тому, щоб ефективно реагувати на економічні наслідки пандемії коронавірусу Covid-19, необхідна не тільки активна цільова грошово-кредитна політика, а й інституційні реформи для забезпечення стійкого зростання, спрямовані на запобігання подібних економічних криз у майбутньому.

Список використаних джерел

1. Пандемія коронавірусу може тривати 2 роки – німецький інститут. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2020/03/17/7243945/> (дата звернення: 22.03.2020). ФРС США пошла на екстренні заходи з-за коронавірусу. URL: <https://expert.ru/2020/03/4/frs/> (дата звернення: 26.03.2021).

2. Шоломицька О., Сологуб І. Низькі ставки, гроші та гарантії. Економічний онлайн-журнал VoxUkraine, вересень 2020. № 2 URL: <https://voxukraine.org/uk/nizki-stavki-groshi-ta-garantiyi-zahodi-reaguvannya-na-ekonomichnu-krizu-v-ukrayini-ta-inshih-krayinah/> (дата звернення: 25.03.2021).

3. Шоломицька О., Сологуб І. Низькі ставки, гроші та гарантії. Економічний онлайн-журнал VoxUkraine, вересень 2020. № 2 URL: <https://voxukraine.org/uk/nizki-stavki-groshi-ta-garantiyi-zahodi-reaguvannya-na-ekonomichnu-krizu-v-ukrayini-ta-inshih-krayinah/> (дата звернення: 25.03.2021).

4. Береславська О. І. Фіскальні та монетарні програми подолання рецесії 2020. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка» : науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, червень 2020. № 17(45). С. 60–66.

УДК 338.242

ПЕТРОВИЧ А. З.

*Студент факультету управління фінансами та бізнесу
Науковий керівник – к.е.н., доц.*

Балащук-Дев'яткіна Н. З.

*Львівського національного університету
ім. Івана Франка*

ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО, ЯК ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ КРАЇНИ

Нестача фінансування і негативний досвід приватизації державного майна викликали введення інституту державно-приватного партнерства в світовій практиці. Проте, на сьогодні єдиного уніфікованого підходу до регулювання відносин у сфері державно-приватного партнерства, який відповідав би потребам всіх країн, не існує. В Україні цей механізм впроваджується, проте не є широко поширеною практикою через термінологічні невідповідності та відсутності єдиного порядку надання державної підтримки здійсненню державно-приватного партнерства [1].

Процеси змін на політичному просторі світу і країни, соціально-політичні перетворення останніх десятиліть, геостратегічні загрози сучасного світу, інтенсивні процеси глобалізації, регіоналізації та інформатизації створили основу для плідної інтеграції зусиль влади і бізнес-спільноти у вирішенні завдань задоволення потреб населення в широкому спектрі послуг, традиційно були сферою відповідальності органів державної влади та місцевого самоврядування. Проблеми інтеграції зусиль зажадали розвитку комплексу заходів, що виходять за рамки управлінської, технологічної компетенції і особливо фінансових можливостей державного та приватного секторів і привели до появи нового феномена сучасності - державно-приватного партнерства.

Процеси трансформацій в економіці, політиці, соціумі, що вирували у країнах з транзитивною економікою в останні 20 років, глобалізаційні хвилі, які охопили світ, стали підґрунтям зближення влади і підприємництва на ниві реалізації широкого спектру суспільних послуг, де єдиним гравцем залишалася влада. Проблематика такого об'єднання, вимагала системи заходів і можливостей, які не притаманні окремо ні державі ні приватному власнику.

Як результат – поява моделей державно-приватного партнерства. У сучасній науковій літературі ще не сформовано єдиної термінології, яка описує партнерство бізнесу й влади [2].

Отже, в сучасних умовах державно-приватне партнерство можна розглядати як особливий вид співпраці держави і бізнесу при реалізації інвестиційних проектів державного та регіонального значення, що стимулюють процеси модернізації економіки та соціальної сфери країни.

Державно-приватне партнерство має значний потенціал переваг, що дозволяють розглядати його як ефективний інструмент розвитку інфраструктури:

– залучити додаткові фінансові ресурси на основі консолідації фінансових коштів бізнес - спільноти та держави;

– надати кращу якість послуг для державного сектора, забезпечивши при цьому економію ресурсів;

- створити стимули для розвитку економіки на основі подолання інфраструктурної обмеженості;
- досягти зростання ефективності і зниження витрат на стадії будівництва і експлуатації нових і реконструйованих об'єктів;
- забезпечити становлення і апробацію інноваційних інструментів секторального та в цілому національного розвитку.

Треба зазначити, що в Україні «Закон про державно-приватне партнерство» було прийнято у 2010 р. До цього часу в країні вже був наявний досвід у цій сфері. Наприклад, з 1990 р. до 2011 р. було втілено 40 інфраструктурних проектів за участю приватного сектора на суму 12,1 млрд дол. переважна більшість – у сфері телекомунікацій [3]. Пріоритетними напрямками застосування механізму державно-приватного партнерства в Україні є сфера житлово-комунального господарства (тепло- та водопостачання), соціально-економічної інфраструктури, туризму та рекреації [4]. У 2010 р. Львівська обласна державна адміністрація передала в концесію строком на 49 років замок XVIII ст. у Старому селі для реставрації та пристосування пам'ятки архітектури [5]. Найдорожчим пілотним проектом є побудова підземного паркінгу у Львові, який перебуває на етапі підготовки. Приблизна вартість проекту складає 7–15 млн євро. Щодо виконання проекту, є два європейські інвестори, отримання проекту буде визначене шляхом проведення конкурсу. Головний момент в цьому, що приватний партнер забезпечує якість управління, тому що знає, як і що будувати та як ефективно управляти цим процесом (тарифна сітка, реклама тощо) [7].

Подальший розвиток взаємодії держави і бізнесу в інвестиційних проектах представляється можливим за умови застосування переваг реалізації державно-приватного партнерства:

1. Розвиток перспективних напрямків для залучення інвестицій: транспортна, соціальна і комунальна інфраструктура.
2. Висока потреба в інноваційних продуктах і технологіях.
3. Наявність федерального закону, що регулює відносини в рамках державно-приватного партнерства.
4. Наявність освітніх установ і навчальних центрів, здатних здійснювати підготовку фахівців в сфері ДПП.
5. Наявність інститутів підтримки розвитку підприємництва.
6. Позитивний досвід реалізації державно-приватного партнерства-проектів.

Проведений аналіз фінансування інвестиційних процесів в Україні на основі механізму державно-приватного партнерства дозволяє зробити висновок про зниження інтересу приватних інвесторів до довгострокових інвестицій. Зазначена тенденція багато в чому обумовлена скороченням темпів економічного зростання економіки в цілому і зниженням міжнародного інвестиційного рейтингу країни. У ситуації, що склалася дії Уряду необхідно сконцентрувати на створенні сприятливого інвестиційного клімату для залучення приватних інвестицій в економіку, зниження ризиків для приватних інвесторів, вдосконалення нормативно-правової бази.

Отже, дослідивши впровадження і становлення державно-приватного партнерства, як інструменту залучення інвестиційних ресурсів встановлено переваги і можливі механізми взаємодії державного і приватного секторів. Визначено переваги здійснення державно-приватного партнерства для державного і приватного секторів. Розвиток інституційних основ становлення інституту державно-приватного партнерства на сучасному етапі необхідно зосередити на питаннях розробки необхідних підзаконних актів та вироблення ефективної системи управління сферою державно-приватного партнерства, як на національному, так і на регіональному рівні. При цьому регіональний рівень може розглядатися як пріоритетний, оскільки інститут державно-приватного партнерства зачіпає проекти муніципального рівня, що носять інфраструктурний характер.

Список використаних джерел

1. Дергачова В. В., Кузнєцова К. О. (2018) Державно-приватне партнерство як інституціональний інструмент інвестування економіки країни. БІЗНЕСІНФОРМ № 1 '2018, 111-116.
2. Круглов В. В. (2019). Розвиток державно-приватного партнерства в Україні: механізми державного регулювання : монографія. Х. : Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр». 252 с.

3. Концепція розвитку державно-приватного партнерства в Україні 2012–2017 роки // Public Private Partnership Development Program. 2015. URL: <http://ppp-ukraine.org/wpcontent/uploads/2015/03/PPP-Development-Concept-2012-2017.pdf>

4. Грищенко С. (2011). Підготовка та реалізація проектів публічно-приватного партнерства: практичний посібник для органів місцевої влади та бізнесу. Київ: ФОП Москаленко О. М., 140 с.

5. Україна переймає успішний досвід Туреччини у сфері державно-приватного партнерства // Американська торговельна палата в Україні. URL: <http://www.chamber.ua/uk/Media/News/3556>.

6. Хадусенко Н. (2017). Державно-приватне партнерство: позитивні приклади з історії та сучасності. Агентство розвитку територій. URL: <https://tda-invest.org.ua/uk/novyny/item/94-derzhavnopryvatne-partnerstvo-pozytyvni-prikladyz-istorii-ta-suchasnosti>.

УДК 336

ТАТАРИН Н. Б.

*к.е.н., доц. кафедри фінансового менеджменту
Львівський національний університет імені Івана Франка*

ЛУЩ М. М.

*студентка
Львівський національний університет імені Івана Франка*

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Глобальна пандемія COVID-19 значним чином вплинула на усі сфери фінансово-економічного життя України. Найтяжчий тягар ліг на публічні фінанси країни, адже саме вони є джерелом фінансування охорони здоров'я і соціальної підтримки населення.

В умовах глобальних викликів і загроз, спричинених пандемією COVID-19, провідні міжнародні фінансові організації проводять активну політику підтримки банківського сектору нашої держави із метою майбутнього збереження свого провідного місця в підтримці збалансованого розвитку економічного та банківського секторів економіки. На думку експертів МВФ в даній ситуації варто рекомендувати банкам виявляти гнучкість у дотриманні існуючих нормативних положень. Наприклад, шляхом використання їх буферів капіталу та ліквідності, і перегляд умов кредитів для позичальників, які зазнають труднощі [1].

В Україні вже були проведені попередні заходи згідно із Меморандумом з МВФ з метою отримання траншу 5 млрд дол. США. Зокрема що стосується банків, то це: ухвалення пакету законодавства, яким вносяться корективи до Закону про банківську діяльність, Закону про Фонд гарантування вкладів фізичних осіб (ФГВФО), Кодексу адміністративного судочинства, та інших процесуальних кодексів із метою покращення процедур раннього втручання та банківського врегулювання. Держава має надію, що банки державного сектору розпочнуть переговори із фінансовими радниками для визначення дорожньої карти і стратегії продажу для досягнення зниження частки держави до грудня 2021 р. І Україна вже досягла певного прогресу у сприянні успішного продажу державної частки. Наприклад, для усіх банків державного сектору держава забезпечить необхідний достатній рівень капіталу. Разом з цим, ці банки мають підготувати детальні плани щодо виходу держави з капіталу банків відповідно до цих Зasad та забезпечити подальший контроль їх виконання і розробити кодекс етики [2].

Як бачимо, стратегічні напрями розвитку співпраці банків з МФО в Україні потребують удосконалення процесу формування й реалізації зовнішньої політики, адекватного аналізу партнерських відносин й окреслення пріоритетних векторів співробітництва з надійними партнерами – як державами, так і МФО.

Проблема пошуку оптимального розподілу обмежених бюджетних ресурсів для досягнення цілей економічного розвитку завжди гостро стоїть перед урядами держав, а особливо коли настає черговий політичний цикл. На даний час, основним протиріччям бюджетної політики держав зі слабкою економікою є обмеженість ресурсів публічних фінансів щодо спрямування їх на два рівнозначно важливі напрями: стимулювання розвитку економічних суб'єктів, які генерують публічні фінанси і протидія розповсюдженню пандемії на території країни. Таким чином, зміна стратегічних пріоритетів у розподілі бюджетних коштів є, безумовно, важливою.

Таким чином, можна зробити наступні висновки:

- теперішні тенденції валютного ринку говорять про перспективи зростання курсу долара США. Така визначена тенденція може перетворити раціональні очікування суб'єктів фінансового ринку у ірраціональні, а це, у свою чергу, може призвести до скачкоподібного зростання курсу долара США та прискорення інфляції;
- пандемія COVID-19 виявилася для фінансового ринку України рідкісним явищем, котре має значні наслідки, що обумовлює нечіткі сигнали та невизначеність трендів;
- спроби НБУ утримати курс долара США у заданих параметрах все більше вимагатимуть більших обсягів інтервенцій.

Варто також зазначити, що в умовах пандемії та діджиталізації найбільший вплив фінансовій безпеці України несуть такі загрози, як зниження ліквідності банків, кіберзлочинність, зростання бюджетного дефіциту, розгортання спіралі неплатежів, скорочення обсягу зовнішніх інвестицій.

Ймовірним є також зменшення бюджетів або навіть згорання проектів в ІТ-сфері, які були замовлені із США, зменшення традиційного товарообігу, падіння туризму. Через слабку економічну активність у Польщі та інших країнах ЄС не виключено виникнення проблем з відновленням обсягів тимчасової трудової міграції українців. Це призведе до зменшення валютних надходжень від заробітчан. А це досить помітні суми. За даними Національного банку України, у 2020 р. українські трудові мігранти переказали понад 12,1 млрд доларів США. Це на 200 млн доларів більше, ніж роком раніше [3].

За даними Державної служби зайнятості, станом на 25 січня 2021 року 485,3 тис. українців мають статус безробітного. Це на 33% більше, ніж на цю ж дату 2020 року. Від початку карантину у службі зайнятості зареєструвалося понад 127,4 тис. нових безробітних [4]. Проте, для формування адекватного уявлення про розвиток ситуації на українському ринку праці треба враховувати перебіг подій не лише щодо офіційної трудової та підприємницької діяльності, а і тіньової зайнятості населення.

Також, можна виокремити ряд основних ризиків для економічної безпеки, які посилюватимуться в разі подовження пандемії:

- *Економічна безпека малого і середнього бізнесу.* Нестача матеріалів та комплектуючих; критичне зниження попиту; брак робочої сили, зокрема через неможливість працівників дістатися до роботи; втрата ринків збуту; розрив традиційних ланцюгів постачання;
- *Економічна безпека громадян.* Обмеження можливостей безперебійного постачання товарів; критичне зниження доходів домогосподарств; підвищення цін на найважливіші товари та послуги;
- *Економічна безпека держави.* Значне зниження доходів держбюджету; зменшення можливостей для здійснення нових запозичень; підвищення видатків; накопичення заборгованості державних установ; девальвація гривні; збільшення витрат на обслуговування державного боргу;

Отож, Україна зазнала чергового потрясіння від початку епідемії вірусу COVID-19, економічний ефект, від якої для світової економіки, вже є більшим, аніж світова фінансова криза 2008 року. Дана ситуація вимагає об'єднання усіх державних інститутів і формування антикризового плану дій на найближчі кілька років. Проблема забезпечення економічної безпеки України має першочергове значення у контексті загального рівня розвитку країни, бо вона, перш за все, поєднує питання розвитку окремих галузей із пріоритетами та національними інтересами держави.

Проте продовжувати карантин нескінченно не можливо через згубні наслідки для економіки та фінансів. Такими темпами, подовження карантину в Україні у сьогоdnішній формі до літа може призвести до втрати величезної частки малого і середнього бізнесу і створити можливості виникнення продовольчої кризи.

Список використаних джерел:

1. Policy Action for a Healthy Global Economy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://blogs.imf.org/2020/03/16/policy-action-for-a-healthy-global-economy/>.
2. Засади стратегічного реформування державного банківського сектору (стратегічні принципи) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mof.gov.ua/storage/files/SOB%20Strategy.pdf>
3. Динаміка обсягів приватних грошових переказів в Україну [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/files/ES/Perekaz_m.pdf
4. Рівень безробіття в Україні зріс на третину за рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://lb.ua/society/2021/01/25/476069_riven_bezrobittya_ukraini_zris.html

УДК : 316. 32

ШЕВЧУК О. А.,

к.е.н., доц. кафедри теоретичної та прикладної економіки,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

УКРАЇНА У ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ СВІТІ

Ми живемо у часи науково-технічної революції, яка призвела до розвитку транспорту та систем зв'язку, що полегшило обмін товарами та інформацією між різними частинами світу. Це призвело до посилення економічних, політичних і культурних зв'язків між різними країнами. Іншими словами, відбувається процес глобалізації, що знаходить своє відображення у всесвітній економічній, культурній, технічній, науковій інтеграції та уніфікації.

Варто зазначити, що не зважаючи на те, за рахунок глобалізації бізнесу, безперервного оновлення технологій, широкого доступу до інформаційних технологій та підвищення вимог споживачів до співвідношення якості продукції та його ціни відбулася зміна конфігурації традиційних галузей економіки, інтеграції технологій та видів бізнесу, пошуку нових бар'єрів входу до галузі, процеси глобалізації довготривалий час сприймалися як позитивне явище. Але після фінансової кризи в 2008, а, особливо, зараз у часи пандемії коронавірусу все більше починається суперечок про доцільність глобалізації.

Серед плюсів глобалізації можна виділити :

- полегшення науково-технічного співробітництва між різними країнами (наприклад один з ймовірних кандидатів у вакцини від коронавірусу, на момент написання тез створено німецькою та американською компаніями)
- глобалізація сприяє встановленню миру у світі. (Колись неможливо було уявити щоб Франція та Німеччина мирно співіснували. Проте зараз вони є головними партнерами один для одного в Євросоюзі)
- для невеликих країн спрощення доступу до ресурсів, які у них відсутні.
- створює можливість для об'єднання зусиль багатьох країн у вирішенні глобальних світових проблем.

Негативні моменти глобалізації:

- збільшує вразливість світової економіки для криз
- в країнах, що розвиваються національні виробники можуть не витримувати конкуренції з іноземними.
- збільшення залежності маленьких країн від великих.
- збільшення розриву між розмірами зарплати кваліфікованих і менш кваліфікованих працівників, зростання безробіття серед останніх
- культурна експансія західного світу та домінування англійської мови, що може призвести до зникнення інших культур та мов.

Одним із показників глобалізації є індекс глобалізації. Це показник, який складається з трьох основних компонент, зокрема – економічної, соціальної та політичної складових, що у сукупності демонструють масштаб інтеграції країни у світовий простір.

Табл. 1. Індекс глобалізації (дані за 2020 рік) [1]

Рейтинг	Країна	Індекс
1	Швейцарія	90,79
2	Нідерланди	90,68
3	Бельгія	90,46
4	Швеція	89,44
5	Великобританія	89,39
6	Німеччина	88,83
7	Австрія	88,56
8	Данія	87,96
9	Фінляндія	87,70
44	Україна	74,95

Україна у цьому рейтингу займає 44 місце серед 197 країн, що в цілому свідчить про середній рівень інтеграції країни у світовий простір.

У цьому зв'язку, варто зазначити, що за роки своєї незалежності Україна не змогла створити конкретних концепцій про те, якою має бути її внутрішня політика, а також не зуміла налагодити гарну зовнішньополітичну стратегію. Саме тому, на наш погляд, для розвитку своєї політики в Україні існує інтеграція до ЄС. Оскільки завдяки допомозі деяких країн, Україна зможе змінити на краще свою економіку, зробити її менш енергоємною і цим самим зменшити залежність від Росії. Також Україна зможе підвищити свою конкурентоспроможність та зберегти свою незалежність.

Як висновок, можна сказати, що Україна перед тим як розпочати розвивати зовнішню політику, повинна укріпити свій внутрішній ринок, оскільки із-за відсутності надійного внутрішнього ринку глобалізаційні процеси можуть навпаки погано впливати на розвиток. За останній рік на процес глобалізації сильно вплинула пандемія коронавірусу. І хоча зараз ніхто не може точно передбачити яка ситуація буде в майбутньому, доцільно починати приділяти більше уваги внутрішньому виробництву.

Список використаних джерел:

1. KOF Globalisation Index. URL: <https://kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html> (дата звернення: 20.03.2021).