

ISSN 2786-5002 (online)
ISSN 2786-4995 (print)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В. Н. КАРАЗІНА

ФІНАНСОВО-КРЕДИТНІ СИСТЕМИ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 3(10)2023

Заснований 2021р.

Харків – 2023

Збірник наукових праць «Фінансово-кредитні системи: перспективи розвитку» публікує наукові статті, які містять оригінальні результати розв'язання питань економіки, обліку, фінансів та банківської справи, управління та інформаційних технологій зазначених напрямків. Журнал виходить 4 рази на рік.

ISSN 2786-5002 (online)

ISSN 2786-4995 (print)

Головний редактор:

Самородов Борис, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна

Заступник головного редактора:

Азаренкова Галина, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна

Відповідальний редактор:

Мірошник Олексій, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна

Технічний редактор:

Нечепуренко Олексій, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Адамонене Рута, Університет Миколаса Ромеріса, Литва

Аміт Кумар Гоель, Інтегральний університет, Індія
Балезентіс Томас, Литовський центр соціальних наук, Литва

Баранова Валерія, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна

Гороховатський Володимир, Харківський національний університет радіоелектроніки, Україна
Грінько Алла, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна

Доєрті Боб, професор, Школа бізнесу та суспільства Університету Йорк, Велика Британія

Житар Максим, Київський університет імені Бориса Грінченка

Ільїч Людмила, Київський університет імені Бориса Грінченка, Україна

Карас Міхал, Технологічний університет у Брно, Чехія

Кузьменко Ольга, Сумський державний університет, Україна

Нікітін Андрій, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Україна

Ніценко Віталій, Фонд SCIRE, Польща
Ніведіта Мандал, Університет Адамас, Індія

Сергієнко Олена, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Україна

Сіманавічієне Жанета, Університет Миколаса Ромеріса, Литва

Ткаченко Наталія, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна
Хусам-Алдіні Нізар Аль-Малкаві, Британський університет в Дубаї, Об'єднані Арабські Емірати

Затверджено до друку рішенням Вченої ради Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (протокол № 17 від 02.10.2023)

Усі права захищені. Передрук і переклади дозволяються лише зі згоди автора та редакції.

Редакція не завжди поділяє думку автора й не відповідає за фактичні помилки, яких він припустився.

Адреса редакції:

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
майдан Свободи 6, кімн. 609а, м. Харків, 61022, Україна.
Тел.: +38 057 725-58-40; +38 057 705-11-71

Сайт: <https://periodicals.karazin.ua/fcs>

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
КВ №24781-14720Р від 31.03.2021

© Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна, 2023

ISSN 2786-5002 (online)
ISSN 2786-4995 (print)

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
V. N. KARAZIN KHARKIV NATIONAL UNIVERSITY

FINANCIAL AND CREDIT SYSTEMS: PROSPECTS FOR DEVELOPMENT

COLLECTION OF SCIENTIFIC WORKS

Issue 3(10)2023

Founded in 2021

Kharkiv – 2023

Collection of scientific works “Financial and credit systems: prospects for development” publishes scientific articles that contain original results of solving problems of economics, accounting, finance and banking, management and information technology in these areas. The magazine is published 4 times a year.

ISSN 2786-5002 (online)

ISSN 2786-4995 (print)

Chief Editor:

Samorodov Borys, V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine

Deputy chief Editor:

Azarenkova Galyna, V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine

Managing Editor:

Miroshnyk Oleksii, V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine

Technical Editor:

Nechepurenko Oleksii, V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine

EDITORIAL BOARD:

Adamonienė Rūta, Mykolas Romeris University, Lithuania

Amit Kumar Goel, Integral University, India
Balezentis Tomas, Lithuanian Centre for Social Sciences, Lithuania

Baranova Valeria, V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine

Doherty Bob, Professor, School of Business and Society, University of York, UK

Ilich Lyudmila, Borys Hrinchenko Kyiv University, Ukraine

Gorockovatskyi Volodymyr, Kharkiv National University of Radio Electronics, Ukraine

Grinko Alla, V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine

Husam-Aldin Nizar Al-Malkawi, The British University in Dubai, United Arab Emirates

Karas Michal, Brno University of Technology, Czech Republic

Kuzmenko Olha, Sumy State University, Ukraine
Nikitin Andrii, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Ukraine

Nitsenko Vitalii, SCIRE Foundation, Poland
Nivedita Mandal, Adamas University, India

Sergienko Olena, National Technical University «Kharkiv polytechnic institute», Ukraine
Simanaviciene Zaneta, Mykolas Romeris University, Lithuania

Tkachenko Natalia, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

Zhytar Maksym, Borys Grinchenko Kyiv University, Ukraine

Approved for publication by the decision of the Academic Council of V.N. Karazin Kharkiv National University (protocol № 17 dated 02.10.2023)

All rights reserved. Reprints and translations are permitted only with the consent of the author and the Editorial team.

The Editorial team do not always share the author’s opinion and are not responsible for the factual mistakes he made.

Editorial address:

V.N. Karazin Kharkiv National University
Mailing address: Svobody sq., 6, room 609a, 61022, Kharkiv, Ukraine.
Phone: +38 057 725-58-40; +38 057 705-11-71

Web: <https://periodicals.karazin.ua/fcs>

Certificate of state registration of the print media
KB №24781-14720P від 31.03.2021

© V.N. Karazin Kharkiv National University, 2023

Зміст

Банки сучасного та майбутнього

Балабаш Ольга, Гужева Олександра

Технології управління як основа забезпечення стійких конкурентних переваг банку7

Рижонков Ілля, Азаренкова Галина

Антикризове управління діяльності банку в умовах внутрішніх загроз 18

Грінько Алла

Підходи до формування маркетингової стратегії інновацій у банківській сфері25

Фінанси, облік, аудит та оподаткування

Гнип Наталія, Коломієць Діана

Аналіз впливу факторів щодо формування прибутку підприємства та методи його оптимізації33

Пеняк Юлія, Шубіна Світлана, Діденко Марина

Формування обліково-аналітичної системи управління виробничими запасами43

Contents

Banks of the present and the future

Balabash Olha, Guzheva Oleksandra

Management technologies as the basis of ensuring bank sustainable competitive advantages.....7

Ryzhonkov Ilya, Azarenkova Halyna

Anti-crisis management of bank activities under conditions of internal threats.....18

Grinko Alla

Approaches to the formation of the marketing strategy of innovations in the banking sphere.....25

Finance, accounting, audit and taxation

Hnyp Nataliia, Kolomiiets Diana

Analysis of the influence of factors regarding the formation
of enterprise profit and methods of its optimization.....33

Peniak Yuliia, Shubina Svitlana, Didenko Maryna

Formation of an accounting and analytical system for managing production stocks43

Банки сучасного та майбутнього Banks of the present and the future

DOI: [10.26565/2786-4995-2023-3-01](https://doi.org/10.26565/2786-4995-2023-3-01)

УДК: 005.332.4: 336.71

Балабаш Ольга

*кандидат економічних наук, доцент
Одеський національний економічний університет
доцент кафедри менеджменту організацій
65082, м.Одеса, вул. Преображенська, 8
e-mail: balabash.olga@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-5794-1309*

Гужева Олександра

*магістрант
Одеський національний економічний університет
65082, м.Одеса, вул. Преображенська, 8
e-mail: guzhevaa@ukr.net
ORCID ID: 0000-0002-5794-1501*

ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ БАНКУ

Анотація. У статті досліджено значення технології управління у забезпеченні стійких конкурентних переваг банку. Проведено оцінювання конкурентоспроможності банків-конкурентів за методикою, що на відміну від існуючих, дозволяє враховувати оцінювання технологічних параметрів, що у сучасних умовах має значний вплив на конкурентоспроможність банків.

За результатами оцінювання конкурентоспроможності було встановлено, що сучасні клієнти банківських установ очікують зручності та швидкості у взаємодії з банками, з огляду на це параметр «технологічність надання послуг» має значний вплив на рівень конкурентоспроможності банку, та враховуватися у формування конкурентної стратегії банку. Окрему увагу у роботі приділено обґрунтуванню доцільності застосування технологій управління, що направлені на забезпечення автоматизації бізнес-процесів банку, виділено переваги їх запровадження та вплив на конкурентоспроможність банку. На основі застосування методу функціонального моделювання та побудови діаграми доріжок («Cross Functional Flow Chart») проведено дослідження бізнес-процесів банку, побудовано графічну модель бізнес-процесу «кредитування», деталізовано операції бізнес-процесу, їх виконавців, зв'язки між ними. На основі дослідження встановлено «вузькі місця» і причини неефективності виконання бізнес-процесу «кредитування». На основі функціонально-вартісного аналізу доведено економічну ефективність застосування технологій управління, що направлені на забезпечення стійких конкурентних переваг банку шляхом розрахунку витрат часу на виконання бізнес-процесу, встановлено рекомендовану кількість співробітників, необхідних для виконання бізнес-процесу. Обґрунтовано, що застосування технологій управління, що направлені на забезпечення автоматизації бізнес-процесів банку, сприятиме розвитку стійких конкурентних переваг за рахунок спрощення та прискорення обробки заявок, збільшення кількості видаваних кредитів, що призведе, відповідно, до зростання банківського прибутку.

Мета статті полягає у розвитку теоретичних основ та розробка практичних рекомендацій з розвитку технології управління банку з метою посилення його конкурентних переваг.

У статті для досягнення поставленої мети використано наступні методи досліджень: функціональне моделювання у нотації «Cross Functional Flow Chart» (діаграма дорожок) – для моделювання бізнес-процесу надання кредиту; метод функціонально-вартісного аналізу – з метою дослідження ефективності реалізації запропонованих заходів.

Ключові слова: технології управління, стратегічне управління, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність банку, методи оцінювання конкурентоспроможності банку, конкурентна стратегія

JEL Classification: M10; J21

Формули: 1, рис.: 3, табл.: 2, бібл.: 12



Для цитування: Балабаш О., Гужева О. Технології управління як основа забезпечення стійких конкурентних переваг банку. Фінансово-кредитні системи: перспективи розвитку. №3(10) 2023. С. 7-17. DOI: <https://doi.org/10.26565/2786-4995-2023-3-01>

Аналіз досліджень та постановка завдання. Банки є ключовим ланцюгом у функціонуванні економіки, забезпечуючи фінансування, ліквідність та інституційну підтримку розвитку підприємництва. Банківська система, не зважаючи на те, що загалом стійко відповіла на воєнні виклики, зберігши керованість та безперебійність платежів, зазнала значного негативного впливу. Не зважаючи на це, сучасні клієнти банківських установ очікують зручності та швидкості у взаємодії з банками, удосконаленню банківських продуктів та послуг. Основою стійкості функціонування та посилення конкурентних переваг банку у умовах, що склалися на сьогодні, є розвиток технологій управління. Тому, розвиток теоретичних основ технологій управління було центральним у дослідженнях ряду науковців, серед яких Кузнецова І. О. [1, 2], Карпенко Ю.В., Сокурено І. В. [3], Величко Т. Г. [4]. Окрему увагу розвитку практичних основ удосконалення технологій управління приділяли Шумова Л. О., Тернова Т.І., Кругла Н. А., Сердюк О. І. [5, 6]. Практичні аспекти розвитку технологій управління фінансовою діяльністю банків розкрито у роботах Чмутової І. М. [7]. Дослідження технологій управління є важливим з точки зору розвитку та забезпечення конкурентоспроможності підприємств на ринку в умовах невизначеності та зміни бізнес-ландшафту [1]. З огляду на це, питання розвитку технологій управління та запровадження їх у практичній діяльності банків є одним із пріоритетних напрямків дослідження та визначають актуальність даної наукової роботи.

Мета дослідження полягає у розвитку теоретичних основ та розробки практичних рекомендацій з розвитку технології управління банку з метою посилення його конкурентних переваг.

Результати дослідження. Вироблення правильних управлінських рішень і прийняття практичних дій щодо підвищення рівня конкурентоспроможності банку визначальну роль має оцінювання стану конкурентоспроможності банківської установи. У зв'язку з цим важливо використовувати об'єктивний метод її вимірювання.

На основі опрацювання наукової літератури нами систематизовано методи оцінювання конкурентоспроможності, їх переваги і недоліки.

Методи оцінювання конкурентоспроможності можна розподілити відповідно до різних критеріїв. Однією з основних характеристик є спосіб відображення результатів оцінки. Як наслідок, є розрізнення графічних, матричних, розрахункових (аналітичних) та комбінованих (розрахунково-матричних, розрахунково-графічних) методів.

Графічний метод оцінки конкурентоспроможності банку та його продукт базується на створенні "багатокутника" конкурентоспроможності. Підхід відрізняється простотою та інтуїтивністю, але його обмеженнями є неможливість застосування абсолютного значення загального критерію конкурентоспроможності та його рівня.

Матричні методи оцінки конкурентоспроможності банку засновані на використанні матриці, яка включає розміщені в рядках та стовпцях елементів. Матричні методи передбачають комплексну оцінку з використанням низки групових критеріїв, які характеризують ціннові та нецінові аспекти банківських послуг [1].

Розрахункові методи дозволяють реалізувати можливість кількісної оцінки конкурентоспроможності та можливість порівняння. Поряд з цим, недоліками є складність формування параметрів оцінювання конкурентоспроможного банку, що відбувається переважно суб'єктивним шляхом.

З огляду на вище наведене, значний інтерес серед дослідників мають комбіновані методи оцінювання, оскільки їх перевагами є можливість отримання цілісної оцінки за групами кількісними та якісними параметрами конкурентоспроможності банку. Поряд з цим, недоліками є недостатня точність результатів унаслідок визначення параметрів конкурентоспроможності та вагових коефіцієнтів на основі суб'єктивних оцінок.

З огляду на вище наведене, важливо зазначити, що вибір способу встановлення рівня конкурентоспроможності банку перш за все залежить від аналізу мети, доступної інформації, аналізу часової проміжки, а також переваг і недоліків кожного методу. Велика частина методики базується на впливі людського фактора, що створює достовірність та об'єктивність оцінки. Під час оцінки конкурентоспроможності послуга робить суб'єктивний погляд експертів, аналізується не лише кількіска, але й якісна аспекти. Проте, навіть при використанні кількох показників для розрахунку конкурентоспроможності, багато методів потребують вибору базового порівняння. Цей процес є вимогливим і важким завданням, що потребує значного досвіду в оцінці з боку фахівця.

На основі представленого аналізу проведемо загальне оцінювання конкурентоспроможності банків-конкурентів. Відповідно до методики, обґрунтованої в [3], що на відміну від існуючих, відрізняється оцінюванням групи технологічних параметрів, до яких віднесено (часові межі обслуговування, організація клієнтського простору, технологічність надання послуг). Проведемо оцінювання на прикладі АТ «ОТП Банк».

Важливим етапом оцінювання є обґрунтування найближчих конкурентів. У нашому випадку є доцільним це зробити на основі аналізу статистичної інформації Національного банку України. Найближчими конкурентами для АТ «ОТП Банк» є АТ «ПУМБ» та ПАТ «Креді Агріколь Банк» за такими показниками: обсяги активів, обсяги залучених коштів та виданих кредитів.

Так, за кількісними параметрами АТ "ОТП БАНК" має переваги перед конкурентами за рахунок високих темпів росту обсягів залучення, та 3 бали максимально. За технічними параметрами АТ "ОТП БАНК" отримав найменшу кількість балів, поступившись конкурентам час обслуговування при наданні послуг. За економічними та комерційними параметрами АТ "ОТП БАНК" отримав середню кількість балів. Результати наведено у табл. 1.

Таблиця 1. Аналіз конкурентоспроможності послуг АТ "ОТП БАНК" по відношенню до основних конкурентів
Table 1. Analysis of the competitiveness of services of JSC "OTP BANK" in relation to the main competitors

Групи показників	Базове підприємство АТ "ОТП БАНК"		Конкурент №1 АТ "ПУМБ"		Конкурент №2 ПАТ "Креді Агріколь"	
	значення	експертна оцінка (max 3 б)	значення	експертна оцінка (max 3 б)	значення	експертна оцінка (max 3 б)
1	2	3	4	5	6	7
1. Кількісні:						
Загальна кількість асортименту, кількість продуктів	3/5	2	2/4	1	5/7	3
Обсяги залучення клієнтів, млрд. грн	40,92	2	51,51	3	37,02	1
Темпи росту обсягів залучення, %	85%	3	57%	2	81%	2
Зважена оцінка	x	7	x	6	x	6
2. Технічні:						
Часові межі обслуговування, хв.	60 хв.	1	40 хв.	3	50 хв.	2
Організація клієнтського простору, бали	2 м. кв.	3	2 м. кв.	3	3 м. кв.	3
Технологічність надання послуг, бали (макс. 10 б.)	8	2	8	2	8	2
Зважена оцінка	x	6	x	8	x	7

3. Комерційні:						
Розгалуженість збутової мережі, відділень	88	1	208	3	150	2
Витрати на маркетинг і рекламу, бали (макс. 10 б.)	8	2	8	2	6	1
Зважена оцінка	x	3	x	5	x	3
4. Економічні:						
Вартість депозитних продуктів, %	6,5	1	9,0	3	5,5	1
Вартість кредитних продуктів, %	58	2	80	1	77	1
Наявність бонусів, +/-	+	2	+	2	-	1
Зважена оцінка	x	5	x	6	x	3
Сума зважених оцінок	x	21	x	26	x	18

Джерело: за результатами власного дослідження та даних [8,9]

Після проведеного оцінювання можна зробити висновок, що всі досліджувані банки володіють задовільними показниками конкурентоспроможності. Виявилось, що лідером у цьому аспекті є Банк "ПУМБ", завдяки інвестиціям у розвиток технологій, маркетинг та нові продукти і послуги, які відповідають потребам клієнтів та мають прямий вплив на їхню конкурентоспроможність. Кредит Агріколь Банк займає третє місце за конкурентоспроможністю. Порівняно з лідером, цей банк значно відрізняється у всіх аспектах, що в основному обумовлено недостатнім рівнем маркетингового супроводу та низькою технологічністю. АТ "ОТП БАНК" займає друге місце за конкурентоспроможністю, втративши передову позицію лідера в аспектах швидкості обслуговування та каналу збуту. З огляду на це, впровадження заходів з підвищення конкурентоспроможності, банк може суттєво підвищити свій статус на ринку.

У рамках проведеного дослідження доведено доцільність оцінювання технологічних факторів, що у сучасних умовах фінансового ринку мають значний вплив на рівень конкурентоспроможності банку, а отже, потребують детального оцінювання та врахування результатів при розробці конкурентної стратегії банку.

З метою розробки заходів з удосконалення конкурентоспроможності банку, проведемо додаткові дослідження з метою встановлення слабких місць та розробки рекомендацій по їх усуненню.

Для цього скористаємося інструментарієм функціонального моделювання, що дозволить детально представити бізнес-процес «кредитування». Для цього використаємо нотацію «Cross Functional Flow Chart» (діаграма доріжок). Переваги використання технологій моделювання бізнес-процесів при управлінні конкурентоспроможністю банку наведено на рис. 1.

Представимо бізнес-процес «видачі кредиту» в нотації «Cross Functional Flow Chart» (діаграма доріжок) (рис. 2).

Під час реалізації бізнес-процесу «видачі кредиту» задіяні такі структурні підрозділи банку: відділ кредитування, служба безпеки, юридичне управління, відділ фінансового моніторингу та кредитний комітет.

Відділ кредитування корпоративних клієнтів здійснює приймання заявки на видачу кредиту, обробку заявки та попередню перевірку можливості отримання кредиту за формальними критеріями, у разі відповідності даним критеріям у клієнта приймається та оформлюється пакет документів, які направляються на подальшу перевірку.

Пакет документів надходить на перевірку у службу безпеки, там реєструється, заноситься необхідна інформація до кредитного дос'є. При відсутності невідповідностей – приймається позитивне рішення про можливість видачі кредиту і документи направляються на подальшу перевірку.



Рисунок 1. Переваги використання технологій моделювання бізнес-процесів при управлінні конкурентоспроможністю банку
Figure 1. Advantages of using business process modeling technologies in managing the bank's competitiveness
Джерело: [3,10,11]

При наявності проблем – справа відправляється на уточнення у відділ кредитування або приймається рішення про відмову у видачі кредиту. Відповідно проходить перевірка у юридичному відділі.

Під час реалізації процесу надання кредиту взаємодіють наступні структурні підрозділи банку: відділ кредитування, служби безпеки, юридичного управління, відділ фінансового моніторингу та кредитний комітет.

Відділ кредитування корпоративних клієнтів вимагає заявки на отримання кредиту, виконує їх обробку та перевірку на відповідність формальним критеріям. Якщо клієнт відповідає цим критеріям, формується пакет документів, який направляється на наступну перевірку.

Пакет документів переходить до служби безпеки, де він реєструється та інформація про нього носить до кредитного дос'є. У випадку з проблемами служба безпеки пропускає позитивні рішення щодо можливості надання кредиту та направляє документи на подальшу перевірку..

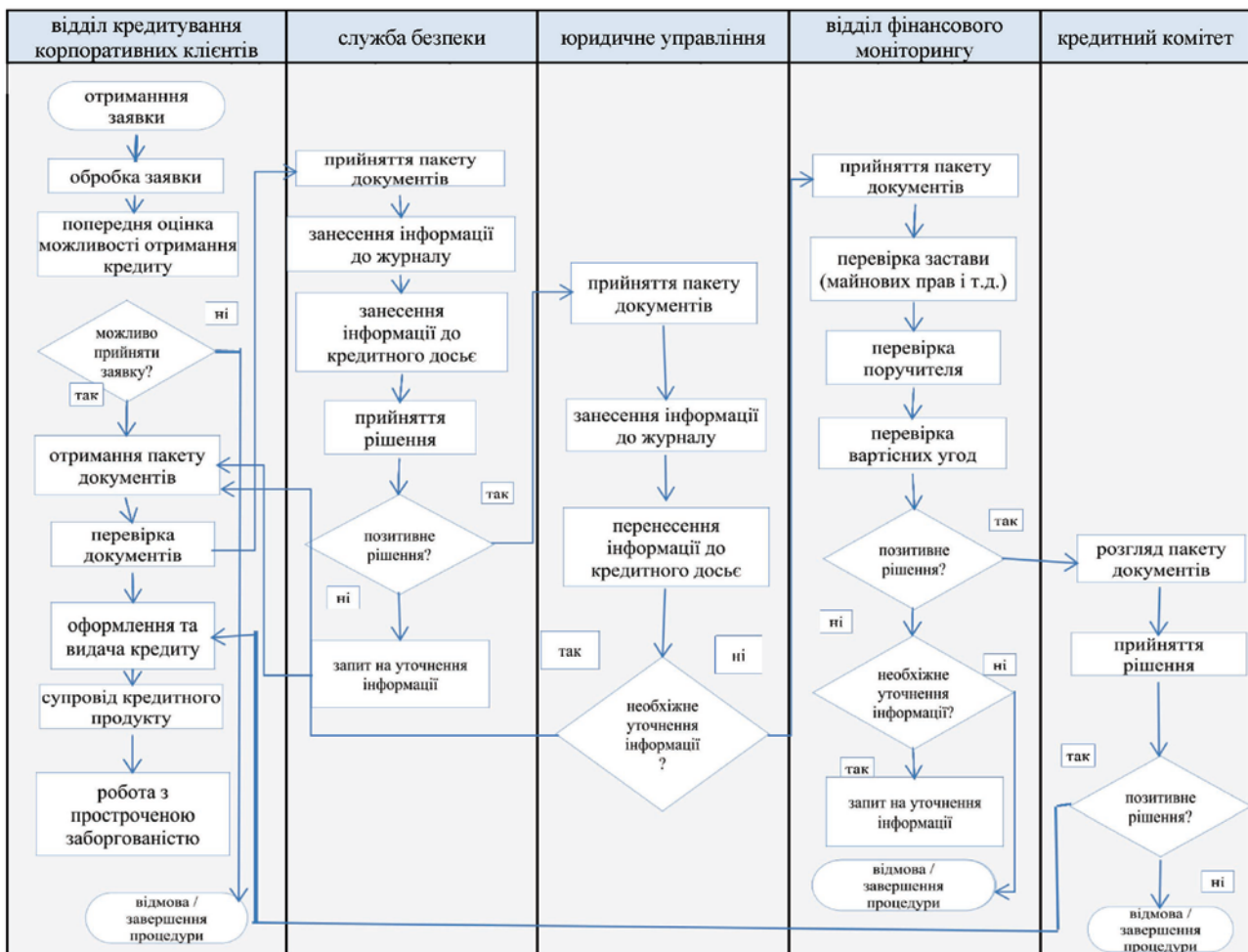


Рисунок 2. Бізнес-процес видачі кредиту в нотатції «Cross Functional Flow Chart» (діаграма доріжок)
Figure 2. The business process of issuing a loan in the notation "Cross Functional Flow Chart" (track diagram)
Джерело: побудовано автором

У випадку виявлення проблемне питання надсилається до відділу кредитування для уточнення або прийняття рішення про відмову в кредитуванні.

Співробітники юридичного відділу провели свою перевірку. Після позитивного рішення справа направляється до відділу фінансового моніторингу, де виконується перевірка застави, поручителів та попередніх угод кредитора. При позитивному результаті підготовлена справа передається на розгляд Кредитного комітету.

У разі позитивного рішення Кредитного комітету щодо надання кредиту справа повертається відділу кредитування для подальшого оформлення та оформлення кредиту.

Після цього, наступні етапи процесу надання кредиту включають взаємодію оформлення та видачі кредиту, супровід кредитного продукту, а також можливість з клієнтами щодо погашення простроченої заборгованості.

Визначивши операції бізнес-процесу проведемо функціонально-вартісний аналіз процесу «видачі кредиту», розрахуємо витрати часу на виконання бізнес-процесу, встановимо рекомендовану кількість співробітників, необхідних для виконання бізнес-процесу.

Для цього, необхідно встановити тривалість операцій процесу та частоту їх виконання. Сума добутків даних параметрів становитиме загальну тривалість досліджуваного бізнес-процесу.

За результатами проведеного дослідження на основі переліку операцій, наведених у табл. та аналітичних даних щодо перебігу операцій досліджуваного процесу, було встановлено середнє орієнтовне значення загальної тривалості досліджуваного процесу, що складає 678 год.

Таблиця 2. Операції бізнес-процесу «видачі кредиту»
Table 2. Operations of the "loan issuance" business process

№ з/п	Операції бізнес-процесу
1	Прийняття документів та видача кредитного продукту
1.1.	Отримання та обробка заявки на видачу кредиту
1.2.	Попередня оцінка можливості видачі кредиту
1.3.	Отримання та перевірка пакету документів
1.4.	Перевірка та прийняття рішення про видачу кредиту
1.4.1.	Перевірка службою безпеки
1.4.2.	Перевірка в юридичному управлінні
1.4.3.	Фінансовий аналіз позичальника
1.4.4.	Підготовка документів на Кредитний комітет
1.4.5.	Прийняття рішення Кредитним комітетом
1.5.	Оформлення та видача кредиту
2.	Супроводження кредитного продукту
3.	Робота з простроченою заборгованістю

Джерело: побудовано за результатами власного дослідження

Після цього, можемо встановити рекомендовану кількість співробітників, необхідних для виконання бізнес-процесу (таблиця).

Рекомендовану кількість співробітників для реалізації бізнес-процесу «видачі кредиту» у АТ "ОТП БАНК" розрахуємо за формулою:

$$N = (T / F) / (W * U * (1 - R)), \quad (1)$$

де, N - Рекомендована кількість співробітників (учасників процесу)

T - трудомісткість бізнес-процесу (місяць / день), обчислюється автоматизовано за допомогою імітаційного моделювання бізнес-процесу, або вручну.

Для лінійного бізнес-процесу T = Сума тривалостей його функцій. Кількість повторень бізнес-процесу або кількість обслужених клієнтів в рамках бізнес-процесу

W - Кількість робочих годин (місяць / день) для одного співробітника

F - Індекс формалізованості бізнес-процесу (0-1)

U - Індекс корисного використання робочого часу (0-1)

R - Індекс для ризиків скорочення трудового часу: хвороби, простої (0-1)

S - фактичне число співробітників, що працюють в бізнес-процесі

Якщо $S > N$, то рекомендується зменшення чисельності персоналу

Якщо $S < N$, то рекомендується збільшення чисельності персоналу

Рекомендована чисельність персоналу для виконання бізнес-процесу видачі кредиту» розраховується наступним чином:

$$N = (678/0,7)/(168*0,9*(1-0,05))=6,74 \approx 7 \text{ чол.}$$

Отже, загальні трудовитрати на виконання бізнес-процесу «кредитування» відділом кредитування становить 678 люд/год. на місяць, рекомендована чисельність персоналу для виконання бізнес-процесу видачі кредиту відділом кредитування становить 7 чол.

На основі наведених аналітичних даних можемо дослідити економічну доцільність удосконалення технологій управління на основі автоматизації процесів банку на прикладі процесу «кредитування».

На основі опрацювання літературних джерел [1,3], можемо стверджувати, що автоматизація процесів кредитування дозволить значно спростити та прискорити всі складові

його процеси, починаючи від формування заявки від потенційного клієнта до моменту видачі кредиту, що призведе до збільшення кількості виданих кредитів і, відповідно, до зростання банківського прибутку. Систематизуємо переваги запровадження технологій автоматизації процесів банку та представимо результати на рис.3.

Опираючись на експертні дані [12], запровадження технологій управління направлених на автоматизацію процесів дозволить скоротити час попередньої оцінки можливості видачі кредиту, перевірку службою безпеки, фінансовий аналіз позичальника та підготовку документів на розгляд Кредитним комітетом також, очікується скорочення простроченої заборгованості, в результаті чого час обслуговування скоротиться на 10 %. Таким чином, загальні витрати часу на виконання бізнес-процесу скоротяться на 67,8 год. з 678 год. до 610,2 год.



Рисунок 3. Переваги запровадження технологій управління на основі автоматизації процесів банку на прикладі процесу «кредитування»

Figure 3. Advantages of introducing management technologies based on the automation of bank processes on the example of the "lending" process

Джерело: [1,3]

Рекомендована чисельність персоналу для виконання бізнес-процесу видачі кредиту після впровадження заходів з автоматизації процесу становитиме: $N = (610,2/0,7)/(168*0,9*(1-0,05))=6,07 = 6$ чол.

Таким чином, за результатами удосконалення технологій управління, направлених на автоматизацію процесів банку, є доцільним, оскільки дозволить скоротити трудовитрати процесу, що має позитивний вплив на конкурентоспроможність банку.

Висновки. Визначено значення технології управління у забезпеченні стійких конкурентних переваг банку. Проведено оцінювання конкурентоспроможності банку за методикою, що на відміну від існуючих, відрізняється врахуванням оцінюванням групи технологічних параметрів, до яких віднесено: часові межі обслуговування, організація клієнтського простору, технологічність надання послуг. Для цього, на основі аналізу статистичної інформації Національного банку України було встановлено найближчих конкурентів АТ «ОТП Банк» за наступними показниками: обсяги активів, обсяги залучених коштів та виданих кредитів.

Доведено доцільність застосування технологій управління, що направлені на забезпечення автоматизацію бізнес-процесів банку. Встановлено їх переваги, до яких віднесено (візуалізація логіки бізнес-процесу, знаходження «вузьких місць» і причини неефективності в бізнес-процесів, застосування методів оптимізації бізнес-процесів, проведення імітаційного моделювання і функціонально-вартісного аналізу та побудова комплексної бізнес-моделі). У рамках цього проведено дослідження бізнес-процесів банку на основі функціонального моделювання з використанням нотації «Cross Functional Flow Chart» побудовано графічну модель бізнес-процес «кредитування». Деталізовано операції бізнес-процесу, їх виконавців, зв'язки між ними. На основі дослідження встановлено «вузькі місця» і причини неефективності виконання бізнес-процесу «кредитування».

Доведено економічну ефективність застосування технологій управління, що направлені на забезпечення стійких конкурентних переваг банку шляхом проведення функціонально-вартісний аналіз процесу «видачі кредиту». Розраховано витрат часу на виконання бізнес-процесу «видачі кредиту», встановлено рекомендовану кількість співробітників, необхідних для виконання бізнес-процесу.

Обґрунтовано, що застосування технологій управління, що направлені на забезпечення автоматизацію бізнес-процесів банку сприятиме розвитку стійких конкурентних переваг за рахунок спрощення та прискорення обробки заявок, збільшення кількості видаваних кредитів, що призведе, відповідно, до зростання банківського прибутку.

Список використаної літератури

1. Сучасні технології управління : монографія / за заг. ред. док. екон. наук, професора І. О. Кузнецової, канд. екон. наук, доцента О. С. Балабаш. – Харків: «Діса плюс», 2023. – 320 с.
2. Технології стратегічного управління стійким розвитком сучасних організацій : монографія / за ред. І. О. Кузнецова, О. С. Балабаш. – Харків: «Діса плюс», 2020. – 228 с.
3. Прийняття управлінських рішень: методи та моделі: моногр. / Кузнецова І.О., Балабаш О.С., Карпенко Ю.В., Сокурєнко І.А.; за заг. ред. І.О. Кузнецової. - Харків: Діса плюс, 2022. – 156 с.
4. Величко Т. Г. Інноваційні технології та інструменти аналізу діяльності і управління розвитком вітчизняних підприємств. *Економічний вісник університету*. 2019. Вип. 42. С. 58-63. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/escvu_2019_42_9.
5. Шумова Л. О., Плечинська Г. В. Інформаційні технології підтримки прийняття рішень з управління витратами підприємства. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2019. № 1. С. 141-145. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSunU_2019_1_24.
6. Тернова Т. І., Кругла Н. А., Сердюк О. І. Інформаційні технології в автоматичних системах управління. *Стандартизація. Сертифікація. Якість*. 2019. № 4. С. 31-37. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ssia_2019_4_7.
7. Чмутова І. М. Технологія аналізу інвестиційного портфеля банку як складова технології управління його фінансовою діяльністю. *Вісник Одеського національного університету*. 2014. Т. 19, Вип. 1(2). С. 145-149. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2014_19_1%282%29_41.
8. Державна служба статистики України: офіц. сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
9. Національний банк України. Статистика: офіц. сайт. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic>.
10. Балабаш О.С. Обґрунтування потенціалу фінансової стійкості підприємства як економічної категорії. О. С. Балабаш, В. В. Коваль. *Науковий вісник*. 2010. № 17(118). С. 14-21.
11. Балабаш О. С. Забезпечення бізнес-стійкості підприємства шляхом управління його фінансовою безпекою. О. С. Балабаш, І. О. Кузнецова. *Вісник соціально економічних досліджень. Зб. наук. праць. ОНУ*, 2013. Вип. 2 (49), Ч. 1. С. 48-53.
12. Головні тенденції банківського ринку за 12 місяців війни: офіц. сайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/03/13/697976/>.
Стаття надійшла до редакції 14.07.2023
Статтю рекомендовано до друку 10.09.2023

Olha Balabash

*PhD in Economics, Associate Professor of Management of Organizations Department,
Odessa National Economic University,
65082, Odessa, st. Preobrazhenska, 8
e-mail: balabash.olga@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0002-5794-1309*

Oleksandra Guzheva

*graduate student
Odessa National Economic University,
65082, Odessa, st. Preobrazhenska, 8
e-mail: guzhevaa@ukr.net
ORCID ID: 0000-0002-5794-1501*

**MANAGEMENT TECHNOLOGIES AS THE BASIS OF ENSURING SUSTAINABLE COMPETITIVE
ADVANTAGES OF THE BANK**

Abstract. The article examines the importance of management technology in ensuring sustainable competitive advantages of the bank. The evaluation of the competitiveness of competitor banks was carried out using a method that, unlike the existing ones, allows taking into account the evaluation of technological parameters, which in modern conditions has a significant impact on the competitiveness of banks.

According to the results of the competitiveness assessment, it was established that modern clients of banking institutions expect convenience and speed in interaction with banks, in view of this, the parameter "technological provision of services" has a significant impact on the level of the bank's competitiveness, and should be taken into account in the formation of the bank's competitive strategy. The work is devoted to the justification of the feasibility of using management technologies aimed at ensuring the automation of the bank's business processes, the advantages of their introduction and the impact on the bank's competitiveness are highlighted. Based on the application of the method of functional modeling and the construction of a cross functional flow chart, a study of the bank's business processes was carried out, a graphic model of the "lending" business process was built, the operations of the business process, their executors, and the connections between them were detailed. On the basis of the research, "bottlenecks" and reasons for the inefficiency of the "crediting" business process were identified. On the basis of the functional-cost analysis, the economic efficiency of the application of management technologies aimed at ensuring sustainable competitive advantages of the bank by calculating the time spent on the execution of the business process has been proven, and the recommended number of employees necessary for the execution of the business process has been established. It is substantiated that the application of management technologies aimed at ensuring the automation of the bank's business processes will contribute to the development of sustainable competitive advantages by simplifying and accelerating the processing of applications, increasing the number of loans issued, which will lead, accordingly, to an increase in bank profits.

The purpose of the article is to develop theoretical foundations and develop practical recommendations for the development of bank management technology in order to strengthen its competitive advantages.

In order to achieve the goal, the following research methods are used in the article: functional modeling in the notation "Cross Functional Flow Chart" (diagram of tracks) - for modeling the business process of granting a loan; the method of functional and cost analysis - for the purpose of researching the effectiveness of the implementation of the proposed measures.

Keywords: management technologies, strategic management, competitiveness, bank competitiveness, methods of assessing bank competitiveness, competitive strategy

JEL Classification: M10; J21

Fig.: 3, tabl.: 2, bibl.:12

For citation: Balabash O., Guzheva O. Management technologies as the basis of ensuring bank sustainable competitive advantages. Financial and credit systems: prospects for development. №3(10)2023. P. 7-17. DOI: <https://doi.org/10.26565/2786-4995-2023-3-01> (in Ukrainian).

References

1. Modern management technologies: monograph / by general ed. dock. economy of Sciences, Professor I. O. Kuznetsova, Candidate of Sciences economy Sciences, associate professor OS Balabash. - Kharkiv: "Disa Plus", 2023. - 320 p. [in Ukrainian]
2. Technologies of strategic management of sustainable development of modern organizations: monograph / edited by I. O. Kuznetsova, O. S. Balabash. - Kharkiv: "Disa Plus", 2020. - 228 p. [in Ukrainian]
3. Making managerial decisions: methods and models: monogr. / Kuznetsova I.O., Balabash O.S., Karpenko Yu.V., Sokurenko I.A.; in general ed. I.O. Kuznetsova. - Kharkiv: Disa plus, 2022. - 156 p. [in Ukrainian]

4. Velichko T. G. Innovative technologies and tools for analysis of activity and development management of domestic enterprises. Economic Bulletin of the University. 2019. Issue 42. P. 58-63. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvu_2019_42_9. [in Ukrainian]
5. Shumova L. O., Plechynska G. V. Information technologies for supporting decision-making in enterprise cost management. Bulletin of the Eastern Ukrainian National University named after Volodymyr Dahl. 2019. No. 1. P. 141-145. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSunu_2019_1_24. [in Ukrainian]
6. Ternova T. I., Krugla N. A., Serdyuk O. I. Information technologies in automatic control systems. Standardization. Certification. Quality. 2019. No. 4. P. 31-37. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ssia_2019_4_7. [in Ukrainian]
7. Chmutova I.M. The technology of analysis of the bank's investment portfolio as a component of the technology of managing its financial activities. Bulletin of Odessa National University. 2014. Volume 19, Issue 1(2). P. 145-149. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2014_19_1%282%29_41. [in Ukrainian]
8. State Statistics Service of Ukraine: officer. site URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. [in Ukrainian]
9. National Bank of Ukraine. Statistician: officer. site URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic>. [in Ukrainian]
10. Balabash O.S. Justification of the financial stability potential of the enterprise as an economic category. O. S. Balabash, V. V. Koval. Scientific Bulletin. 2010. No. 17(118). P. 14-21. [in Ukrainian]
11. Balabash O. S. Ensuring business sustainability of the enterprise by managing its financial security. O. S. Balabash, I. O. Kuznetsova. Herald of social and economic research. Coll. of science works ONEU, 2013. Vol. 2 (49), Part 1. P. 48-53. [in Ukrainian]
12. The main trends of the banking market during the 12 months of the war: officer. site URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/03/13/697976/>. [in Ukrainian]
The article was received by the editors 14.07.2023
The article is recommended for printing 10.09.2023

DOI: [10.26565/2786-4995-2023-3-02](https://doi.org/10.26565/2786-4995-2023-3-02)

УДК 336.71

Рижонков Ілля

здобувач вищої освіти, другий (магістерський) рівень вищої освіти,
Навчально-науковий інститут «Каразінський банківський інститут»
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна,
майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна
e-mail: i.a.ryzhonkov@gmail.com;
ORCID ID: 0009-0004-0291-7389

Азаренкова Галина

д.е.н., професор, завідувач кафедри банківського бізнесу та фінансових технологій
Навчально-науковий інститут «Каразінський банківський інститут»
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна,
майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна.
e-mail: azarenkova.g.m@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-0101-2989

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ В УМОВАХ ВНУТРІШНІХ ЗАГРОЗ

Анотація. Розвиток банківської справи щосекунди стискається з можливістю зустрітися з кризовими ситуаціями, що через свою соціальну роль, специфіку функцій, вимагає незрівнянний метод управління, а також потребує превентивних заходів щодо попередження криз. Необхідність розробки антикризового менеджменту відбувається на моменті планування банківської діяльності та пов'язана зі специфікою банківської сфери.

В сучасних відносинах нестабільна і мінлива Економічна ситуація схильна до постійних змін, і як правило, нездатність швидко адаптуватись до даних умов породжує кризову ситуацію в банку що переходить в кризовий стан, який стає ризиком для існування банку та вимагає негайного запровадження умов та заходів для фінансового оздоровлення.

У статті розглянуто поняття криза, банківська криза, антикризове банківське управління, надано першочергову оцінку антикризовим заходам, які застосовуються у вітчизняній банківській практиці під час надзвичайних ситуацій, запропоновано напрями подальшої роботи антикризового управління щодо запобігання наслідкам банківської кризи на сучасному етапі. Встановлено, що банківську кризу можна вивчати як кризу окремої банківської установи або як кризу усієї банківської системи. Уточнено причини криз, класифікацію яких доповнено окремою групою факторів надзвичайних ситуацій, оскільки вони вимагають більш детального вивчення та розробки відповідних антикризових заходів щодо подолання їх наслідків. Визначено, що антикризове управління здійснюється на різних етапах та з різними цілями: в нормальних умовах функціонування банків – з метою запобігання кризі, в умовах кризи – з метою подолання її негативних наслідків.

Ключові слова: менеджмент, антикризове управління, загрози банку, фактори антикризового управління, управління під час пандемії, управління в умовах війни.

Формули: 0, рис.: 4, табл.: 0, бібл.:12

Для цитування: Рижонков І., Азаренкова Г. Антикризове управління діяльністю банку в умовах внутрішніх загроз. Фінансово-кредитні системи: перспективи розвитку. №3(10) 2023. С. 18-24. DOI: <https://doi.org/10.26565/2786-4995-2023-3-02>

Вступ. Розвиток економіки банківської справи, як особливий вид підприємництва, через свою соціальну роль, специфіку функцій, вимагає незрівнянний метод управління, а також превентивних заходів щодо попередження криз. Необхідність розробки антикризового менеджменту відбувається на моменті планування банківської діяльності.

Станом на сьогодні світова економіка, зокрема й економіка України, перебуває на межі масштабної фінансово-економічної кризи. Проблеми, спричинені розповсюдженням пандемії COVID-19, розвитком економічних та політичних дисбалансів, зростанням кількості, якості шахрайських операцій змушують банки поглянути з іншого боку на подальший їх розвиток. У зв'язку з цим вивчення питання відповідного антикризового управління набуває особливої гостроти, саме у ході внутрішньої діяльності банків, що спричинює актуальність тем та доцільне проведення досліджень для розробки даного питання.

© Рижонков Ілля, Азаренкова Галина, 2023



This is an open access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution License 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Аналіз досліджень та постановка завдання. Розробкою цієї проблеми займалися та займаються як вітчизняні, так і зарубіжні науковці: Примостка Л.О., Карчева Г. Т., Барановський О.І., Бас О.М., Богомолова М.А., Василенко В.О., Мельник В.П., Прокопенко Н.М., Мирончук, В.Г., А. Батлер,

Б. Сміт, П. Друкер та інші. Звертаючи увагу на належний внесок відомих учених, слід зазначити, те що не в повній мірі було дослідженим питання світового досвіду антикризового менеджменту з урахуванням вітчизняних реалій.

Метою дослідження є визначення поняття «антикризове управління», узагальнення науково-методичних підходів, а також надання практичних рекомендацій щодо вдосконалення процесу антикризового менеджменту банком враховуючи сучасні реалії.

Результати дослідження.

Основним в банківській системі різних держав є насамперед банки, які через перерозподіл та нагромадження фінансових потоків мають значний вплив на фінансову, інвестиційну, виробничу, та будь яку іншу сферу економіки держави.

Теперішній стан сфери банківської діяльності може характеризуватись динамічними коливаннями, які через свою сутність мають мотивуючий ефект, і в той же час є певним мотивом погіршення надійності, стійкості всього його фінансового сектору. Ні один елемент банківської системи не застрахований від певних ризиків, які в першу свою чергу спричиняють до появи фінансових криз.

Перш за все на мою думку слід дослідити сутність такого поняття як «криза». Для більшої частини поширених наукових джерел показують відсутність підходу під час визначенні цього терміна. Найбільш припустимі за змістом визначення розглянуто в таблиці 1.

Таблиця 1. Категоріальний апарат у визначенні поняття «криза»
Table 1. Categorical apparatus in defining the concept of "crisis"

Автори	Визначення поняття
Дж. М. Кейнс [10, с. 69]	Криза – катастрофічне падіння інвестицій, скорочення господарської активності та масові звільнення
О. І. Барановський [11, с. 25]	Криза – це фактично точка біфуркації, що містить у собі потенційну можливість як деструктивного, так і конструктивного характеру
В. О. Василенко, [12, с. 22]	Криза – це крайнє загострення протиріч у соціально-економічній системі (організації), що загрожує її життєстійкості
К. Херманн [13, с. 87]	Криза – це несподівана і непередбачувана ситуація, яка загрожує пріоритетним цілям організації при обмеженому часі для прийняття рішень

Джерело: складено автором за даними [10, 11, 12, 13]

У вищенаведеному переліку понять «криза» недостатньо переглянуто річ у тім, що причиною виникнення власне реальної кризи, звичайно, є накопичення протиріч у розвитку суб'єктів господарювання, які не вирішилися в процесі їх діяльності особливо в адекватних умовах розвитку.

Для правильного уявлення значення кризових ходів у банківській сфері, слід розглянути та приділити увагу поняттю «банківська криза» (табл. 2).

Таблиця 2. Різні погляди на визначення поняття «банківська криза»
Table 2. Different views on the definition of the concept of banking crisis

Автор	Визначення поняття «банківська криза»
В.О.Джулай [14, с. 160]	Банківська криза – це паніка кредиторів і намагання швидко забрати свої вклади з банків, побоюючись, що інші зроблять це раніше і через неплатоспроможність банку не буде задоволено їхні вимоги у повному обсязі
Г. Камінські, Р. Глік [15, с. 53]	Причиною виникнення банківських криз є проблемний стан платіжного балансу. Очікування девальвації валюти спричиняє паніку, масове вилучення вкладів кредиторами банків. У цьому випадку центральний банк виступає кредитором останньої інстанції. Криза платіжного балансу викликає банківську кризу, оскільки для регулювання платіжного балансу центральний банк упроваджує фіксований валютний курс.

А. Я. Кузнецова, [16, с. 20]	Банківська криза – це значна дестабілізація всього банківського сектору або його частини, що проявляється в його неспроможності виконувати свої функції внаслідок критичного погіршення фінансових показників і може супроводжуватися скороченням кількості банків і застосуванням державою заходів надзвичайного характеру
---------------------------------	---

Джерело: складено автором за даними [14, 15, 16]

Звертаючи уваги до всіх вищенаведених понять, можемо сформулювати своє: те що кризою банківською слід вважати сукупність проблем із платоспроможністю чи ліквідністю сектору через брак обсягу грошових потоків для проведення зустрічних розрахунків. з клієнтами; значна зміна капіталів; зменшення вартості.

Також необхідною умовою є визначення факторів виникнення кризових факторів, переглядаючи як всю систему, так і окремі банківські галузі, беручи до уваги і спираючись на власний досвід (рис. 1).

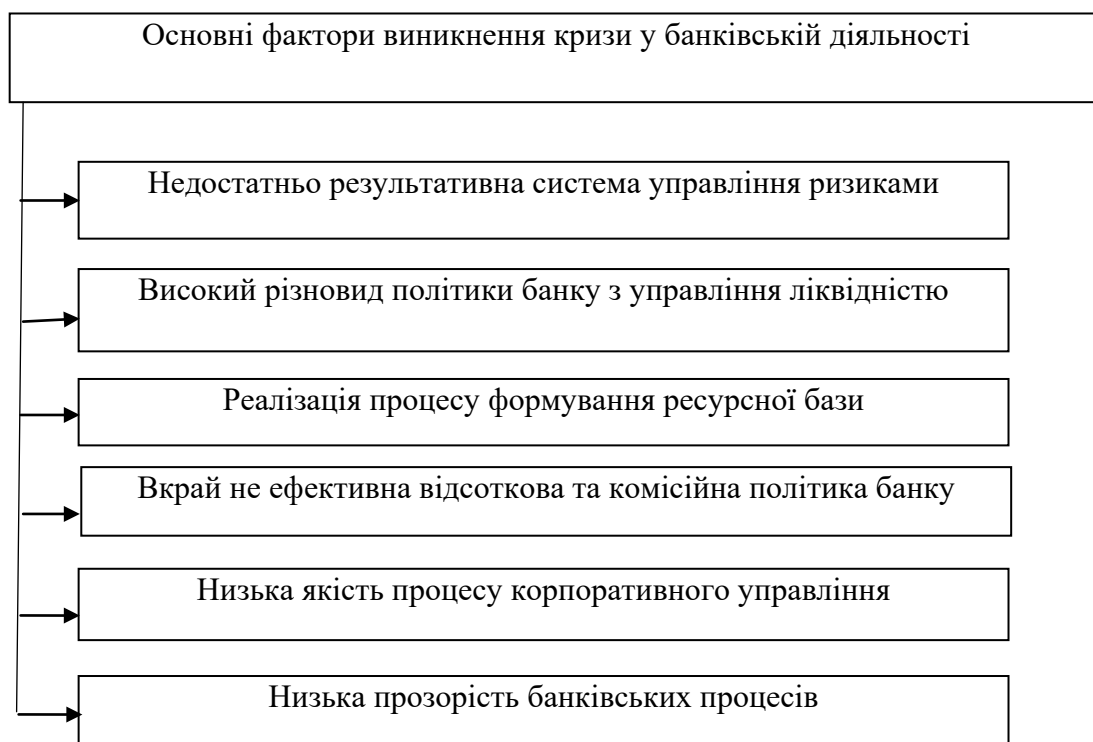


Рисунок 1. Першочергові чинники у виникненні криз у банківській установі

Figure 1. Primary factors in the emergence of crises in a banking institution

Джерело: розроблено автором за даними [7]

Основним способом під час потреби активної перешкоджання розвідку кризових факторів залишається антикризове управління, суть котрого проявляється в активному процесі застосування широкого асортименту вискоефективних організаційних рішень для вдосконалення банківської установи відповідно до змін середовища.

Антикризовий менеджмент має бути націлений і на виживання та розвиток банківської установи (у тому числі недопущення кризи), і на подолання самої кризи. Неприспособленість банків до криз у свою чергу призвело до значного зменшення кількості банків в банківському секторі України (рис. 2).

Значне зменшення кількості банків на ринку починаючи з 2014 року, було результатом великої кількості трансформації механізмів та змін напрямків роботи(включаючи боротьбу з застарілими «хворобами») сучасної банківської системи. Таким чином до 2014 року НБУ не мала докладну правильну інформацію всіх бенефіціарних власників банків. Адже маловідомі банки без відповідного рейтингу могла змогу

користуватися відмиванням грошів, чи іншими злочи́нними діяннями. Наприклад основна кількість діяльності банків які мають російський капітал, чим були спрямовані в основному на операції по відмиванню коштів з Російській Федерації.

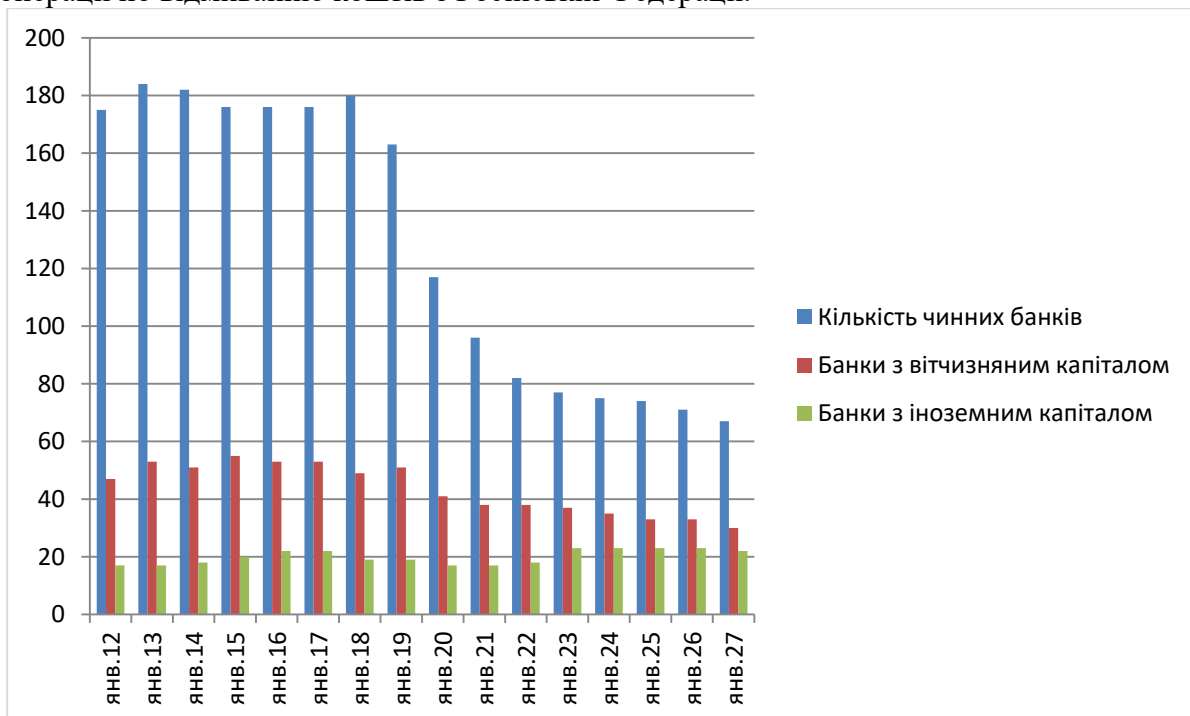


Рисунок 2. Динаміка зміни кількості банків за період 2008 – 2023 рр.
Figure 2. Dynamics of changes in the number of banks for the period 2008-2023.
Джерело: розроблено автором за даними [1]

Виходячи з цього виділимо фактори антикризового управління, наведені на рис. 3.

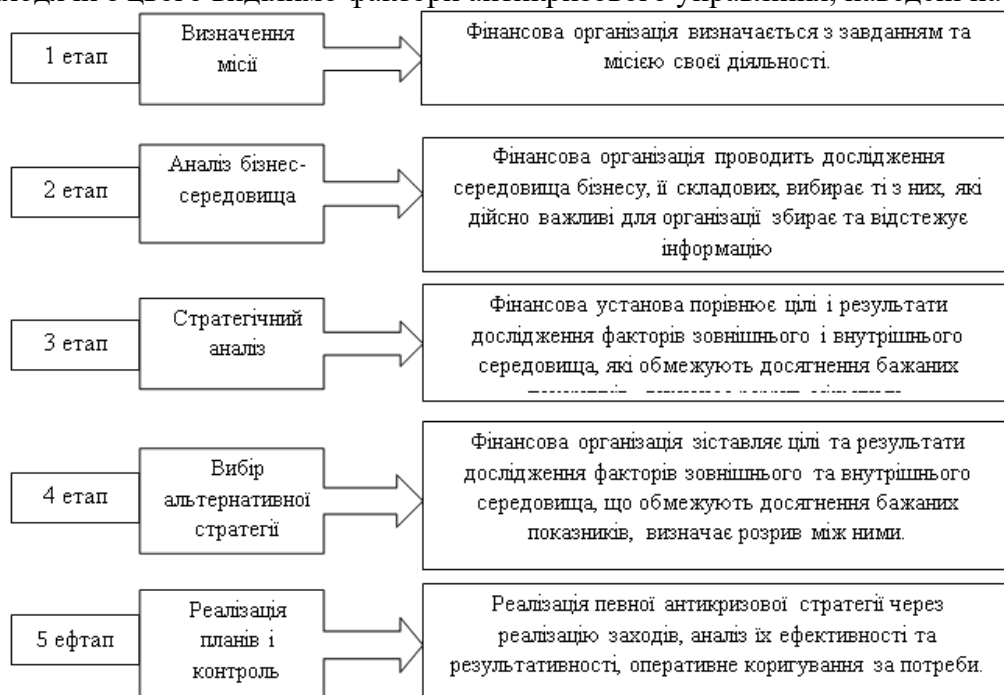


Рисунок 3. Етапи стратегічного антикризового управління
Figure 3. Stages of strategic crisis management
Джерело: розроблено автором за даними [3]

Зрозуміло що продуктивні роботи по формуванню системи антикризового управління банків підпорядковується професійним якостям рівня управління банку (власників, співробітників), що будуть використовувати можливості від рівня конкурентоспроможності та моніторингу фінансової ситуації(стану) банку.

Через те що війна досі триває, антикризова програма менеджменту банківської діяльності повинна продовжувати удосконалюватися та адаптуватися під нові умови. Я пропоную певні напрями які допоможуть удосконалити банківський менеджмент, які використовуються на певних рівнях управління:

1) на державному рівні варто підсилити організацію роботи банківської системи в критичних умовах; надавати протидію інфляції; утримувати ліквідність банківської системи; давати стимул до капіталізації банків;

2)на рівні банку раціонально будуть: надавати фізичний, безперешкодний та раціональний доступ клієнтів до відділень банку; формувати антикризову команду банківських менеджерів; реструктуризація кредиторської заборгованості; організувати систему раннього попередження кризових явищ.

Слід також віднести до методів запобігання банкрутства фінансову санацію проблемних банків. Цей метод практично не застосовувався у банківській практиці. Навіть, санація може здійснюватись у формах таких як: фінансова допомога здійсненна акціонерами та учасниками банку; реструктуризація активів, пасивів банку . Підбір антикризових заходів повинен відповідати цілям і зменшувати ті ризики, які викликані відповідною причиною.

Отже, будь-який менеджмент своєю мірою повинен ставати антикризовим. Якщо таке припущення не взяти до уваги, воно може спричинити до доволі суттєвих наслідків, а його врахування сприяє простому переходу від кризових подій. Враховуючи всі обставини про що йдеться в статті, процес якої антикризового менеджменту в банківській установі є досі специфічною сферою, яка, у свою чергу, націлена на своєчасне подолання кризових явищ, так і завчасно попередити від їх виникнення.

Список використаної літератури

1. Офіційний сайт НБУ. URL: www.bank.gov.ua.
2. Карчева Г. Т. Фінансовий стан банків України в умовах загрози світової фінансово-економічної кризи / Г. Т. Карчева // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2020. – № 3. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2020/11.pdf
3. Положення про організацію процесу управління проблемними активами в банках України, затвердженого постановою Правління Національного банку України від 18 липня 2019 року № 97 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0097500-19#Text>
4. Прокопенко Н.М. Принципи функціонування банківської системи України в умовах війни. / Прокопенко, Н.М., Мирончук, В.Г., Шепель, І.М. // *Економіка та суспільство* – 2022 URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-33>
5. Еркес О., Калита О., Сундук Т. (2022). Банківська система України в умовах війни. *Вісник Київського національного торгово-економічного університету. Серія «Економічні науки»*, 4(144), 122-133. doi: 10.31617/1.2022(144)09
6. Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану: постанова Правління Національного Банку України від 24.02.2022 р. № 18. URL: https://bank.gov.ua/ua/legislation/Resolution_24022022_18
7. Бурдейна В. (2022). Понад пів року війни: стан та перспективи банківського сектору. *Юридична газета онлайн: всеукраїнське професійне юридичне видання*, 07.10.2022. URL: <https://yur-gazeta.com/dumka-eksperta/ponad-piv-roku-viyini-stan-ta-perspektivi-bankivskogo-sektoru.html>
8. Правдиківська І.І., Дорошенко Н.О. (2022). Вплив війни на банківську систему України. *Молодий вчений*, 9(109), с. 150-153. doi: 10.32839/2304-5809/2022-9-109-32
9. Чайковський Я. І., Чайковська І. Я., Чайковський Є. Я. Ефективність діяльності банківських установ в Україні. *Світ фінансів*. 2022. № 3 (72). С. 127-140.
10. Гэлбрейт Дж. К. Как Кейнс пришел в Америку. *Экономика и математические методы*. – 1997. - №4. – с. 69.
11. Барановський О. Антикризові заходи урядів і центральних банків зарубіжних країн / О. Барановський // *Вісник Національного банку України*. – 2015. – № 4. – С. 8-19.
12. Бурій С. А. Антикризове управління та управлінські рішення – проблеми підприємств малого бізнесу: монографія / Хмельницький: Тріада-М, 2016. – 93 с.
13. Херманн Э. Дж. Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика/ Херманн Э. Дж., Кэмпбелл К.Д., Кэмпбелл Р. Дж. / Пер. с англ. В. Лукашевича и др.; Под общ.ред. В. Лукашевича. – М.: Туран, 1996 – 448 с.

14. Джулай В. О. Чинники виникнення системних фінансових криз у контексті фінансової глобалізації / В. О. Джулай // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. пр. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2014. – Вип. 25. – С. 158-165.
15. Камински С. «Анализ ценных бумаг» Грэма и Додда / С. Камински, Р. Ф. Мюррей, Ф. Е. Блок; [пер. з англ.]. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2000. – 704 с.
16. Кузнєцова Л. В. Теоретико-методологічні засади фінансової діяльності банку: монографія / Л.В.Кузнєцова / Одеський держ. екон. ун-т. – О: Видавництво «Атлант», 2016. – 324 с.
Стаття надійшла до редакції 14.07.2023
Статтю рекомендовано до друку 16.09.2023

Ryzhonkov Ilya,

*student, the second (Master's) level of higher education,
Educational and Research Institute "Karazin Banking Institute",
V.N. Karazin Kharkiv National University
Maidan Svobody, 4, Kharkiv, 61022, Ukraine
e-mail: i.a.ryzhonkov@gmail.com;
ORCID ID: 0009-0004-0291-7389*

Azarenkova Halyna,

*Doctor of Economics, Professor,
Head of the Department of Banking Business and Financial Technologies,
Educational and Research Institute "Karazin Banking Institute",
V.N. Karazin Kharkiv National University
Maidan Svobody, 4, Kharkiv, 61022, Ukraine.
e-mail: azarenkova.g.m@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-0101-2989*

**ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF BANK ACTIVITIES
UNDER CONDITIONS OF INTERNAL THREATS**

Abstract. The development of banking meets crisis situations which due to social role and the specificity of functions requires a specific method of management as well as measures to prevent crises. The need to develop anti-crisis management occurs at the time of planning banking activities and relates to the specifics of the banking sector.

In modern relations the unstable and changing economic situation is prone to constant changes, and as a rule, the inability to quickly adapt to these conditions creates a crisis situation in a bank which turns into a crisis state and becomes a risk for bank existence and requires the immediate implementation of measures for financial recovery.

The article considers the concepts of crisis, banking crisis, anti-crisis banking management, provides a primary assessment of anti-crisis measures that are used in domestic banking practice in emergency situations, suggests directions for further work in anti-crisis management to prevent the consequences of a banking crisis at the current stage. It has been found that the banking crisis can be studied as a crisis of a separate banking institution or as a crisis of the entire banking system. The causes of crises have been clarified, the classification of which has been supplemented by a separate group of factors of emergency situations, since they require a more detailed study and the development of appropriate anti-crisis measures to overcome their consequences. It has been determined that anti-crisis management is carried out at different stages and with different goals: in normal conditions of bank functioning - with the aim of preventing a crisis, in crisis conditions - with the aim of overcoming its negative consequences.

Key words: management, anti-crisis management, bank threats, factors of anti-crisis management, management during a pandemic, management in war conditions.

Formulas: 0, figures: 4, tables: 0, bibliography: 12

For citation: Ryzhonkov I., Azarenkova H. Anti-crisis management of bank activities under conditions of internal threats. Financial and credit systems: prospects for development. №3(10) 2023. P. 18-24. DOI: <https://doi.org/10.26565/2786-4995-2023-3-02> (in Ukrainian).

References

1. Official website of the NBU. URL: www.bank.gov.ua. [in Ukrainian]
2. Karcheva G. T. Financial condition of Ukrainian banks in the face of the threat of the global financial and economic crisis / G. T. Karcheva // Electronic scientific specialist publication "Effective Economy". – 2020. – No. 3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2020/11.pdf [in Ukrainian]
3. Regulations on the organization of the process of managing problem assets in banks of Ukraine, approved by the resolution of the Board of the National Bank of Ukraine dated July 18, 2019 No. 97 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0097500-19#Text> [in Ukrainian]
4. Prokopenko N.M. The principles of functioning of the banking system of Ukraine in the conditions of war. / Prokopenko, N.M., Myronchuk, V.G., Shepel, I.M. // Economy and Society - 2022 URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-33> [in Ukrainian]

5. Erkes O., Kalita O., Sunduk T. (2022). The banking system of Ukraine in the conditions of war. Bulletin of the Kyiv National University of Trade and Economics. Series "Economic Sciences", 4(144), 122-133. doi: 10.31617/1.2022(144)09 [in Ukrainian]
 6. On the operation of the banking system during the introduction of martial law: Resolution of the Board of the National Bank of Ukraine dated February 24, 2022 No. 18. URL: https://bank.gov.ua/ua/legislation/Resolution_24022022_18 [in Ukrainian]
 7. Bourdain V. (2022). More than half a year of war: the state and prospects of the banking sector. Legal newspaper online: all-Ukrainian professional legal publication, 07.10.2022. URL: <https://yur-gazeta.com/dumka-eksperta/ponad-piv-roku-viyini-stan-ta-perspektivi-bankivskogo-sektoru-.html> [in Ukrainian]
 8. Pravdykovska I.I., Doroshenko N.O. (2022). The impact of the war on the banking system of Ukraine. Young scientist, 9(109), p. 150-153. doi: 10.32839/2304-5809/2022-9-109-32 [in Ukrainian]
 9. Tchaikovskiy Y.I., Tchaikovskiy I.Ya., Tchaikovskiy E.Ya. Effectiveness of banking institutions in Ukraine. The world of finance. 2022. No. 3 (72). P. 127-140. [in Ukrainian]
 10. Galbraith JK How Keynes came to America. Economics and mathematical methods. – 1997. - No. 4. - with. 69.
 11. Baranovsky O. Anti-crisis measures of governments and central banks of foreign countries / O. Baranovsky // Bulletin of the National Bank of Ukraine. – 2015. – No. 4. – P. 8-19. [in Ukrainian]
 12. Bury S. A. Anti-crisis management and management solutions – problems of small business enterprises: monograph / Khmelnytskyi: Triada-M, 2016. – 93 p. [in Ukrainian]
 13. Hermann E. J. Money, banking and monetary policy/ Hermann E. J., Campbell K.D., Campbell R.J. / Trans. with English V. Lukashkevych and others; Under general editor V. Lukashkevich. - M.: Turan, 1996 - 448 p.
 14. Zhulai V. O. Factors of systemic financial crises in the context of financial globalization / V. O. Zhulai // Problems and prospects of development of the banking system of Ukraine: coll. of science pr. – Sumy: DVNZ "UABS NBU", 2014. – Issue 25. – P. 158-165. [in Ukrainian]
 15. Kaminsky S. "Analysis of securities" by Graham and Dodd / S. Kaminsky, R.F. Murray, F.E. Blok; [trans. from English]. - M.: ZAO "Olymp-Business", 2000. - 704 p. [in Ukrainian]
 16. Kuznetsova L. V. Theoretical and methodological principles of the bank's financial activity: monograph / L. V. Kuznetsova / Odesa State. economy Univ. - About: "Atlant" Publishing House, 2016. - 324 p. [in Ukrainian]
- The article was received by the editors 14.07.2023*
The article is recommended for printing 16.09.2023

[DOI: 10.26565/2786-4995-2023-3-03](https://doi.org/10.26565/2786-4995-2023-3-03)

UDC 336.1:339.7:336.7

Grinko Alla

*Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Management, Business and Professional Communications
Education and Research Institute «Karazin Banking Institute» of
V.N. Karazin Kharkiv National University,
4 Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine,
e-mail: grinko.alla@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0002-5324-6926*

APPROACHES TO THE FORMATION OF THE MARKETING STRATEGY OF INNOVATIONS IN THE BANKING SPHERE

Abstract. The article highlights issues related to the innovative activities of banking organizations from the point of view of developing and providing banking products and services. The need for objective research on the selection and classification of new banking products and services, which are brought to the market as objects of marketing activities of credit institutions, has been proven, since their properties are not the same. The conducted economic and theoretical analysis showed that despite the fact that banking services and products have a set of similar characteristics, they also have their own unique characteristics. The authors proposed an approach to identify classification features inherent in new banking products and services, which is key to the competent development of the bank's marketing activities. It is proposed to define the concept of "new banking products" from the point of view of innovative marketing activities of the bank based on the degree of their novelty, which allows to supplement the existing classifications with new features in order to develop a clearer chosen marketing strategy. It was determined that depending on the degree of novelty of the product, innovative processes in the bank can be classified as differential or diversified. This distribution also allows focusing attention on the formation of the bank's marketing strategy. When classifying banking products, it is recommended to provide detailed information about the target group of customers who use new banking products and consider the stage of the life cycle of banking products from the perspective of innovation. When classifying new banking products by life cycle stage, it is useful to consider the following stages: development of products and services; implementation of pilot projects or testing of new banking products; assessment of sales dynamics; maturity of new banking products; decrease in sales of new banking products. This approach makes it possible to take into account the specifics of the work of credit organizations and the interests of various groups of potential consumers in the process of introducing banking products and services.

Key words: *banking product, service, marketing strategy, innovation, banking institution, life cycle, customers.*

JEL Classification: G21

Formulas: 0, fig.: 2, tables: 0, bibl.: 10

For citation: Grinko A. Approaches to the formation of the marketing strategy of innovations in the banking sphere. Financial and credit systems: prospects for development. №3(10) 2023. C. 25-32. DOI: <https://doi.org/10.26565/2786-4995-2023-3-03>.



Introduction. The current economic situation is characterized by uncertainty and dynamism. Therefore, the conditions of the world market may differ due to the influence of various geopolitical and socio-economic factors. In this instability of the external environment, innovative activity is an integral condition for the efficiency of both business as a whole and individual organizations. Therefore, innovative development is the basis of the economic development of the entire country and is considered an objective vector and priority of the domestic economy.

Adaptation to the changing conditions of economic activity is also an imperative of the credit and operational banking market. Banking institutions face increasing global challenges due to significant competition in an environment of volatility and uncertainty. Therefore, the development and implementation of innovations is an important condition for their survival and competitiveness, and the changes in the market that are currently taking place increase the relevance and importance of marketing research in the banking sector. Indeed, in an innovation-oriented economy, a successful banking business is impossible without constant improvement of the activities of credit institutions and providing the market with new products and services that meet the needs of consumers and modern trends. Therefore, the marketing strategy of innovation is to provide forecasts and understanding of customer needs, and the production of new products and their effective implementation to support target consumer demand prompts in-depth research. Actually, the study of the features of new banking products and services can contribute to the correct understanding by bank employees of the essence of their various types, modeling of marketing strategy and effective activity at all stages of the implementation of innovations, forecasting of final results.

Analysis of recent research and purpose of the research. The study of various aspects of the functioning of banking products and services markets attracts the attention of many theoreticians and practitioners in Ukraine and abroad, which is explained by the expansion of the sphere of services, renewal and modernization of banking activities in general. Among domestic scientists, it is worth highlighting the works of N. Vyadova, O. Dzyublyuk, S. Ivanov, L. Katan, N. Koretska, N. Meda, R. Pavlenko, M. Shevtsova, and others. However, these scholars have studied certain aspects of the functioning of the domestic market of banking products and services, which does not provide a complete picture of their functioning, especially their innovative component and approaches to the formation of a marketing strategy.

The purpose of the research is to theoretically and methodologically demonstrate the principles and main approaches to building a marketing strategy for the introduction of innovative banking products and services.

Research results. Today, marketing in the banking sector involves solving a fairly wide range of issues, which include: identifying existing and potential markets, determining existing and new customer needs, choosing the most appropriate range of banking products and services, creating innovative products based on short-term and future analysis, establishing optimal directions of promotion of economically profitable banking products and services, search for segments, formation of consumer demand for innovative products, forecasting, analysis and control of bank profits through their implementation.

During the implementation of innovative activities by a credit organization, it is quite important that before developing new marketing research, an analysis of the banking market and specific target segments, a detailed study of the client base and demand for innovations, as well as the state of the competitive environment, is carried out. This will help the bank to determine its competitive advantage and identify areas of activity where it can outperform competitors and strengthen its position in the market.

In addition to the creation of new types of products, banks should pay special attention to the implementation of innovations on the application of progressive forms of customer service, including the use of advanced information technologies and the latest developments in technical means, which is dictated by the digitalization of the modern business environment.

In domestic legislative documents, there is no clear distinction between the concepts of "banking products", "banking services" and "banking operations" and they are often used as synonyms. Thus, Article 47 "Banking Operations" of the Law of Ukraine "On Banks and Banking Activities" lists the actions that banks can carry out on the market and specifies the concepts of "operations" and "contracts", among which there is also the concept of "services", which identifies these terms [1]. There is no single approach to the interpretation of these terms even among research scholars. Yes, N.S. Meda, and N. I. Koretska, S.V. Ivanov [2-4] identify these concepts. N.S. Meda considers the banking product "as a complex phenomenon... that satisfies the existing standard needs of the bank client and is sold on the market for the purpose of obtaining income and is a banking product" [2, p. 202], N.I. Koretska notes that "a banking product is the result of the bank's activity on the market, which is embodied in the form of services" [3], S.V. Ivanov notes that "the market of banking services is a complex environment for the formation of demand and supply for banking products, which is dynamically developing and acquiring new features in the context of modern global economic processes" [4, p. 69].

O. Dzyublyuk, R. Pavlenko, M. Shevtsova [5-7] define "banking service" as a part of the banking product, for example, O. Dzyublyuk notes that "banking services are the final result of the functioning of banks in terms of meeting the needs of customers, related to the movement of cash or the implementation of additional types of activities that are reflected off the balance sheet; involves carrying out certain operations and aims to satisfy the client's needs" [5], and R. Pavlenko points out that "the banking product, as the basis of the banking service, can play a key role in the socio-economic development of the region (in which it is introduced), is decisive in determining the acceptable level of risk and fundamental for building mutually beneficial relations with the target audience."

L.I. Katan offers the interpretation of "banking product" as an independent economic category, which "is defined as a product produced by the bank as a result of the main activity of the bank to satisfy the client's requirements during banking operations or to attract temporarily free resources, aimed at obtaining a profit" [8]. We support exactly this approach from the point of view of marketing, which is quite logical regarding the presentation of a banking product, in fact, as a product sold by a credit organization. At the same time, the process of providing consumers with a certain banking product may actually include not one, but a whole sequence (many) of banking services, which, in turn, involve the performance of one or more banking operations with the common goal of meeting the client's needs. Such a relationship is clearly demonstrated in Figure 1.

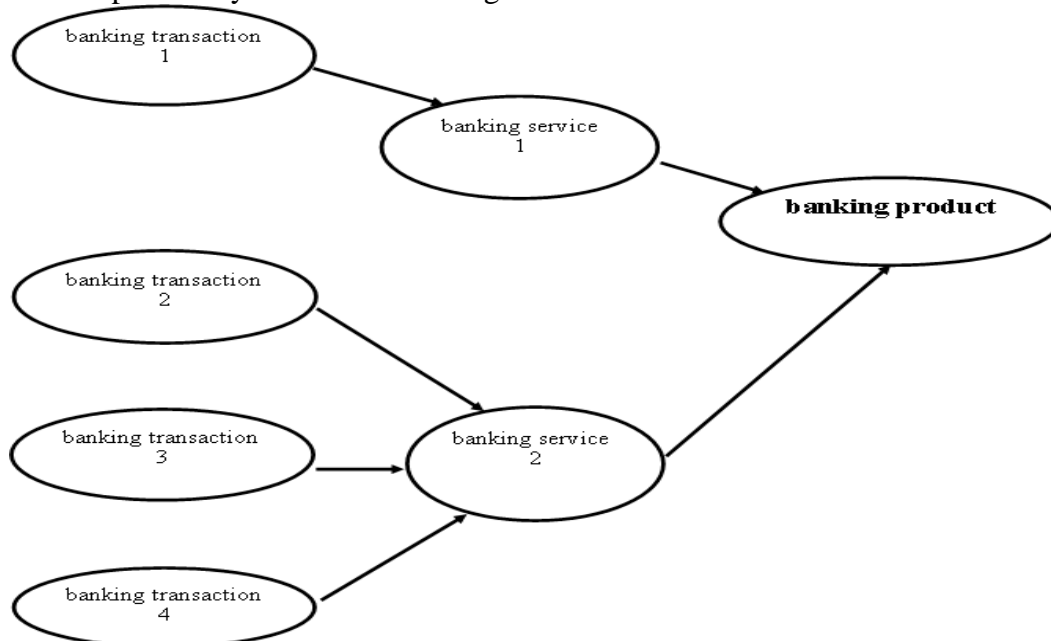


Figure: 1 – Relationship between banking operation, service and product
Source: compiled by the author

Next, we consider it logical to identify the main characteristic features inherent in banking services and products, the understanding of which is of key importance for the competent construction of the bank's marketing activities and strategy (Fig. 2).

Abstractness. The banking products themselves, as a rule, do not have a tangible form, which makes them similar to intangible assets. Their material form is various forms of documents (agreements, receipts, checks, etc.), which, in the context of digitalization, also lose their form of material media due to the introduction of Internet technologies.

Unpreservability. It lies in the impossibility of storing banking services and products, therefore banks encourage their clients to use remote service channels.

Contractual nature. It involves documenting and confirming the provision of banking services with the appropriate contract.

Connection with financial resources. For a banking product, money can be both its component and the payment for its provision.

Service period. It is explained by the fact that when purchasing banking products, the client enters into a relationship with the bank for a certain period equal to the validity period of his agreement.

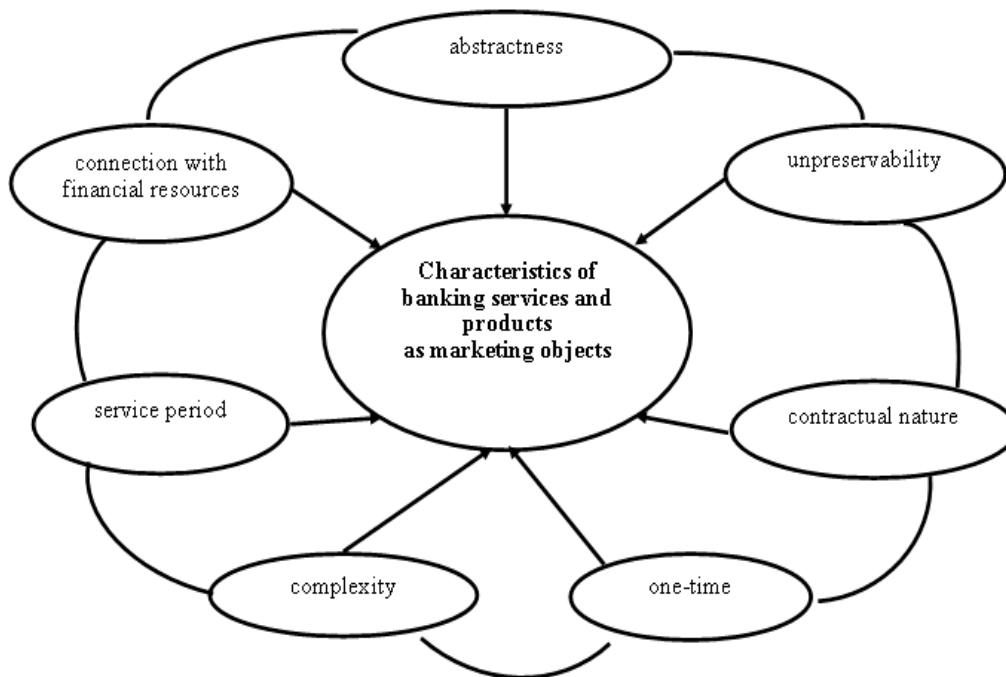


Figure 2. Characteristics of the general properties of banking services and products as marketing objects
Source: compiled by the author

Complexity. It is determined by the fact that clients need to explain the terms and contents of the contract, since all consumers have different levels of financial literacy.

One-time use. We have additionally highlighted such a feature inherent in banking services as “one-time use,” which is due to the disappearance of the service after its provision. When a specific banking service is completed, the client receives as a result a purchased banking product, which remains with him, for example, in the form of a formalized agreement or a plastic card.

If we consider the distinctive properties of a banking service and product, then, first of all, among them we can name the inconsistency or differences in the quality inherent in the services. After all, the quality of banking services is largely determined by the level of professional knowledge, skills and abilities of the bank employees who provide them. In addition, depending on personal characteristics, all people may approach the same job in different ways. But about banking products we can say that they are more standardized and unified.

The conducted economic and theoretical analysis clearly showed that banking services and products have a set of similar characteristics, but also have their own specific properties. Common features of banking services and products include: abstractness, unpreservability, contractual nature, connection with financial resources, service period, complexity. And to the specific features of banking services - one-time use, inseparability from the source, variability of quality. Therefore, in the course of marketing activities, credit institutions must take into account the identified features of banking services and products in order to further successfully promote them to the market.

At the same time, innovative banking products are particularly difficult to market due to their novelty and sometimes uniqueness, which can create problems for their perception by a potential buyer. It is competent marketing of innovations that allows a promising idea to be translated into a sought-after banking product.

Another problem of innovation marketing is the commercialization of innovative developments, that is, bringing them to the stage where they are able to bring real economic benefits.

The introduction of innovations provides credit institutions with the opportunity to develop new markets, significantly increase their customer base and, of course, profits. However, the level of modification of new banking products does not always meet the requirements for the developer to obtain a patent. In this regard, when a successful new product appears on the market, competing banks react very quickly to changes and copy it, trying to develop and offer their clients an equally popular analogue.

Analyzing the dynamics of economic development, it can be noted that most often banking innovations are technological, due to the development of scientific and technological progress, the intensive spread of Internet technologies (electronic payments, bank cards, Internet banking), and product innovations, which directly imply new banking products. It follows from this that new banking products belong to banking innovations, but are a narrower concept. N. Viadrova follows up on the innovative activities of banks through a broader approach, which adds additional services to innovative banking products, and thereby "satisfies the needs of bank clients" with them and clear banking products and services, with the use of current information and communication technologies, to achieve economic and social effect" [9, p. 21].

In our opinion, an innovative banking product can be understood as the result of a synergy of innovation and marketing activities of a bank in the form of a completely new or modified product with new qualities or improved characteristics that are more attractive to a potential buyer, satisfying previously unmet client needs.

From a client perspective, a product will also be considered new only if the client has not used it before. In this regard, we consider it appropriate, when classifying new banking products, to consider the degree of their novelty not only for the "issuing bank", but also for the client, third-party banks, and the country as a whole.

Therefore, according to the classification feature "degree of novelty", the following new banking products can be distinguished: unique - completely new products; the latest for Ukraine based on foreign experience; modified - were previously present in the product range of other organizations, but adapted by applying various marketing tools to the needs of clients of another bank and have improved characteristics. For example, in the banking sector, the "E-hryvnia" project was launched in September 2021. Its purpose is to determine the need for large-scale issues of the hryvnia in digital format in Ukraine and to develop its use options, optimal characteristics, design and architecture, which can characterize the e-hryvnia by the "degree of novelty" as a unique banking product. Currently, the National Bank is considering the following options for using the e-hryvnia, which it determined based on the results of a survey of participants in the financial market of Ukraine and the results of its own research and international experience: payments - features of "programmed" money and the possibility of targeted social payments; e-hryvnia for use in areas related to the circulation of virtual assets (for example, exchange, issuance and other operations

using virtual assets); e-hryvnia for cross-border payments, which allows cross-border payments to be made faster and cheaper [10].

From a marketing perspective, any product that is already in the bank's product portfolio and is sold on a certain market, but is expected to be introduced to another market, is also innovative. It is also important that the degree of novelty of the product is determined by the chosen marketing strategy. Depending on the degree of novelty of the product, innovative processes in a bank can be of the nature of differentiation or diversification.

Product differentiation implies the process of improving it and developing its various modifications, as a result of which it will have significant differences from similar products of other organizations and significant competitive advantages.

The portfolio of any credit institution contains various types of banking products, and their structure reflects the focus of banking activities. The diverse range of products provided by the bank contributes to the diversification of its activities. Therefore, diversification is one of the key marketing strategies. In relation to the banking sector, it represents the creation of new banking products and services, with which the credit institution subsequently plans to enter new markets.

Thus, it is advisable for modern credit institutions to expand their product lines based on a marketing strategy for the introduction of innovative banking products.

When starting to develop new banking products, banking organizations, as part of building a marketing strategy, must clearly determine for which clients they are intended. After all, each customer segment has its own individual needs that must be taken into account when creating a new banking product. This determines whether the new product will be in demand by consumers and, as a result, will be successful in the financial market and make a profit. Therefore, we propose to distinguish the following types of them according to the groups of clients to whom new banking products are aimed: for individuals or legal entities; for current or potential clients; for regular or high-status (VIP) clients; for the mass or wealthy segment; for residents or non-residents; for adult or minor clients; for corporate or retail clients.

Since each banking product goes through stages from development to termination of its implementation, we consider it appropriate to classify new banking products by phases of their life cycle:

development is the most labor-intensive stage, since it involves conducting a whole series of marketing research, analyzing the external environment, monitoring customer needs, searching for ideas, determining the properties of a new banking product, calculating profitability, studying the regulatory framework, obtaining appropriate permits for implementation, training staff, etc.;

a pilot project involves testing a new banking product by offering it to a limited number of clients (for example, in a certain region or a separate segment) and then introducing it to the market if there is a positive reaction to it;

implementation involves the direct promotion of a new banking product to the market using various marketing tools. At this stage, usually the income from sales of a new product is not high, and losses are also possible due to the bank's high level of costs and setting a low "entry price" for the product on the market;

sales growth is characterized by expansion of sales, an increase in the profit received by the bank, weak competition, but already the appearance of modified versions of the new banking product in other banks;

the maturity of a new banking product is manifested in maximum competition among issuing banks, its distribution to mass customers, the use of marketing techniques to provide discounts or a minimum price level;

the decline in sales is manifested in a decrease in the sales volume of a new banking product due to its prevalence and market saturation. In this phase, banks try to find alternative markets and ways to promote the banking product to clients, its multiple modifications are distributed, or sales of this product are stopped.

Thus, in order to make the right strategic marketing decisions that determine the success of innovation, the most detailed information is needed. One that gives a complete picture of the properties and characteristics of new banking products, their types and analogues on the market, and their perception by clients. We believe that the formation of a marketing strategy in a bank should be based on a competent product policy and the balanced formation of its product range, including various types of advanced banking products, in order to achieve the goal of making a profit and increasing the efficiency of all banking activities.

Conclusion. In times of crisis and unstable economic conditions, the main obstacles limiting the marketing of innovations remain the high cost of the development and implementation of marketing research and projects and the lack of financial resources from credit institutions for their implementation. However, despite the fact that marketing innovations in the banking sector is accompanied by certain difficulties, this should not be an obstacle to its implementation. After all, innovation marketing allows credit institutions to strengthen their position in the market, increase the competitiveness and efficiency of their business. And through the introduction of innovations across the country, the growth of the entire economy is ensured.

We believe that one of the important factors for the successful introduction of new banking products to the market is taking into account the characteristics of the phases of their life cycle when planning the bank's marketing activities. At the same time, strategic planning of innovation activities and the formation of a marketing strategy should be based on product life cycle management, which involves the choice of a specific strategy at each stage of its development. Taking into account the life cycle, a credit institution can form its product range by changing the combination of banking products, introducing new types and withdrawing those that can no longer meet the required level of demand.

References

1. On banks and banking activity: Law of Ukraine dated 07.12.2000 No. 2121-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14#Text>. [in Ukrainian]
2. Meda N.S. The concept of a banking product and its relationship with the categories "banking product", "banking service" and "banking operation". Problems and prospects for the development of the banking system of Ukraine, 2014. Issue 38. P. 196-204. [in Ukrainian]
3. N. I. Koretska. The process of concentration of the banking services market of Ukraine: evaluation and positioning strategies. Economic Forum. 2014. No. 1. P. 196-204. [in Ukrainian]
4. Ivanov S.V., Ganziuk S.M. Trends in the development of the domestic market of banking services. Economic Bulletin of Dnipro University of Technology, No. 1 (1), 2020. P. 67-75. [in Ukrainian]
5. Dziubliuk O. "Market of banking services: theoretical aspects of organization and strategic development in Ukraine", Banking, vol. 5/6, 2015. P. 23-25. [in Ukrainian]
6. Pavlenko R. V. Modern banking products as factors of socio-economic development of Ukraine. 2011. URL: http://zbornik.bukuniver.edu.ua/issue_articles/15_2.pdf. [in Ukrainian]
7. Shevtsova M.Yu. Market of banking services: dynamics of development and segmentation. URL: <http://www.vestnikdnu.com.ua/archive/201152/149155.pdf>. [in Ukrainian]
8. Katan L.I., Sotnikov S.O. Basic approaches to the classification of banking products. Investments: practice and experience. No. 22, 2018. P. 5-9. [in Ukrainian]
9. Viadrova N., Severina K. Diversification of bank activity and the role of banking services in income generation. Financial and credit systems: development prospects. 1(4), 2022. P. 19-27. [in Ukrainian]
10. Annual report. National Bank of Ukraine, Access mode: URL: https://bank.gov.ua/admin/uploads/article/annual_report_2021.pdf. [in Ukrainian]

The article was received by the editors 04.08.2023

The article is recommended for printing 19.09.2023

Грінько Алла

д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій
ННІ «Каразінський банківський інститут»
Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна
майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна,
e-mail: grinko.alla@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0002-5324-6926

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙ У БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ

Анотація. У статті висвітлені питання, пов'язані з інноваційною діяльністю банківських організацій з точки зору розробки та надання банківських продуктів і послуг. Доведено необхідність об'єктивного дослідження щодо виділення та класифікації нових банківських продуктів та послуг, які виводяться на ринок як об'єкти маркетингової діяльності кредитних установ, оскільки їхні властивості неоднакові. Проведений економічний і теоретичний аналіз показав, що не дивлячись на те, що банківські послуги та продукти мають набір подібних характеристик, вони також мають свої унікальні характеристики. Авторами запропоновано підхід до виявлення класифікаційних ознак, притаманних інноваційним банківським продуктам та послугам, що є ключовим для грамотної розробки маркетингової діяльності банку. Запропоновано визначення поняття «нові банківські продукти» з точки зору інноваційної маркетингової діяльності банку на підставі ступеню їх новизни, що дозволяє доповнювати існуючі класифікації новими ознаками в цілях розроблення більш чіткої обраної маркетингової стратегії. Визначено, що у залежності від ступеню новизни продукту інноваційні процеси в банку можуть бути віднесені до диференціальних або до диверсифікаційних. Такий розподіл також дозволяє акцентувати увагу на формуванні маркетингової стратегії банку. Під час класифікації банківських продуктів рекомендується надавати детальну інформацію про цільову групу клієнтів, які користуються новими банківськими продуктами та розглянути етапи життєвого циклу банківських продуктів в ракурсі інноватизації. Класифікуючи нові банківські продукти за стадією життєвого циклу, корисно враховувати наступні етапи: розвиток продуктів і послуг; реалізацію пілотних проектів або тестування нових банківських продуктів; оцінку динаміки продажів; зрілість нових банківських продуктів; зниження продажу нових банківських продуктів. Такий підхід дозволяє врахувати специфіку роботи кредитних організацій та інтереси різних груп потенційних споживачів у процесі впровадження банківських продуктів і послуг.

Ключові слова: банківський продукт, послуга, маркетингова стратегія, інновація, банківська сфера, життєвий цикл, клієнти.

Формули: 0, рис.: 2, табл.: 0, бібл.: 10.

Для цитування: Грінько А. Підходи до формування маркетингової стратегії інновацій у банківській сфері. *Фінансово-кредитні системи: перспективи розвитку*. №3(10) 2023. Р. 25-32. DOI: <https://doi.org/10.26565/2786-4995-2023-3-03>.

Список використаної літератури

1. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 07.12.2000 № 2121-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14#Text>.
2. Меда Н.С. Поняття банківського товару і його зв'язок з категоріями «банківський продукт», «банківська послуга» та «банківська операція». *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*, 2014. Випуск 38. С. 196-204.
3. Корецька Н. І. Процес концентрації ринку банківських послуг України: оцінка та стратегії позиціонування. *Економічний форум*. 2014. № 1. С. 196-204.
4. Іванов С.В., Ганзюк С.М. Тенденції розвитку вітчизняного ринку банківських послуг. *Економічний вісник Дніпровського державного технічного університету*, № 1 (1), 2020. С. 67-75.
5. Дзюблюк О. «Ринок банківських послуг: теоретичні аспекти організації та стратегічного розвитку в Україні», *Банківська справа*, вип. 5/6, 2015. С. 23-25.
6. Павленко Р. В. Сучасні банківські продукти як чинники соціально-економічного розвитку України. 2011. URL: http://zbrnuk.bukuniver.edu.ua/issue_articles/15_2.pdf.
7. Шевцова М.Ю. Ринок банківських послуг: динаміка розвитку та сегментації. URL: <http://www.vestnikdnu.com.ua/archive/201152/149155.pdf>.
8. Катан Л. І., Сотніков С.О. Основні підходи до класифікації банківських продуктів. *Інвестиції: практика та досвід*. № 22, 2018. С. 5-9.
9. Вядрова Н., Северіна К. Диверсифікація діяльності банку та роль банківських послуг у формуванні доходів. *Фінансово-кредитні системи: перспективи розвитку*. 1(4), 2022. С. 19-27.
10. Річний звіт. Національний банк України, Режим доступу: URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/annual_report_2021.pdf.
Стаття надійшла до редакції 04.08.2023
Статтю рекомендовано до друку 19.09.2023

Фінанси, облік, аудит та оподаткування

Finance, accounting, audit and taxation

DOI: [10.26565/2786-4995-2023-3-04](https://doi.org/10.26565/2786-4995-2023-3-04)

УДК: 658.155

Гнип Наталія

к.е.н., доцент кафедри банківського бізнесу та фінансових технологій

ННІ «Каразінський банківський інститут»

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

майдан Свободи, 4, м. Харків, 61022, Україна

e-mail: n.o.gnip.karazin.ua

ORCID ID:0000-0002-0856-9619

Коломієць Діана

здобувач вищої освіти, другий (магістерський) рівень вищої освіти

ННІ «Каразінський банківський інститут»

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,

майдан Свободи, 4, м. Харків, 61022, Україна

e-mail: kolomietssdi@gmail.com

АНАЛІЗ ВЛИВУ ФАКТОРІВ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТА МЕТОДИ ЙОГО ОПТИМІЗАЦІЇ

Анотація. Стаття актуалізує важливість аналізу прибутку підприємства та методи його оптимізації. Розглядаються такі показники, як прибуток і рентабельність, що відображають економічну ефективність підприємства, його фінансовий стан, проблеми його економічного розвитку. Предметом дослідження є аналіз прибутковості підприємства. Методологія дослідження базується на аналізі характеристик ефективності підприємства в цілому, формування прибутку та його рентабельності.

Проведено аналіз, щодо визначення поняття «прибуток», узагальнено сучасні підходи до визначення порядку формування прибутку підприємства. Розглянуто законодавчо-нормативну базу та літературні джерела, щодо визначення специфіки розрахунку фінансових результатів діяльності підприємства. Розкривається економічна сутність прибутку, що є результатом діяльності підприємства і показником, який визначає її ефективність. Отримання прибутку є основним етапом загального процесу управління прибутком і не тільки основою його розподілу, а й джерелом оновлення виробничих засобів і нового самофінансування подальшого розвитку підприємства.

Збільшення прибутків підприємств значною мірою впливає на темпи його розвитку, саме тому кожне підприємство намагається збільшити його розміри. Проте, існують фактори, що мають вплив на прибуток. Виокремлено основні фактори, що можуть мати вплив на успішне функціонування компанії та утворення прибутку (збитків). Встановлено, що розглянуті фактори не мають прямого впливу на прибуток підприємства, а діють шляхом впливу на обсяг реалізованої продукції та її собівартість. Серед них було виокремлено як внутрішні так і зовнішні. Для подальшого аналізу були обрані саме внутрішні чинники впливу.

За наявною фінансовою звітністю за три роки (2020 – 2022 рр.) було проведено аналіз, щодо формування фінансових результатів діяльності підприємства. Було проведено аналіз показників прибутковості підприємства, до яких належать: рентабельність активів, рентабельність сукупного капіталу, рентабельність власного капіталу, валова рентабельність реалізації продукції, операційна рентабельність реалізованої продукції, чиста рентабельність реалізованої продукції.

На основі аналізу, у статті досліджені напрямки, щодо оптимізації прибутку підприємства.

Ключові слова: *прибуток, формування прибутку, прибутковість, рентабельність, доходи, витрати.*

Формули: 0, рис.: 2, табл.: 5, бібл.:10

Для цитування: Гнип Н., Діана К. Аналіз впливу факторів щодо формування прибутку підприємства та методи його оптимізації. Фінансово-кредитні системи: перспективи розвитку. №3(10) 2023. С. 33-42. DOI: <https://doi.org/10.26565/2786-4995-2023-3-04>



Вступ. Значення прибутку в діяльності підприємства є надзвичайно важливим, і важко переоцінити його вплив. Прибуток стає не лише головною метою, але і основною мотивацією для розвитку будь-якої підприємницької діяльності. Раціональне використання прибутку сприяє збільшенню активів підприємства, а накопичені резерви стають надійним запасом для подолання труднощів у складний період.

Проте, на сучасному етапі розвитку ринкової економіки, при наявності складних конкурентних умов та можливостей виникнення кризових ситуацій, потрібно ще більш уважно визначати та обирати підходи, щодо оцінки формування та використання прибутку. Це сприяє забезпеченню більш надійної підстави для подальшого росту та успіху підприємства в глобальному економічному середовищі.

Аналіз досліджень та постановка завдання. Варто відзначити, що вагомий внесок у розвиток теоретико-методологічних та методичних засад формування і використання прибутку підприємства зробили такі науковці, як О. М. Бандурка, С. В. Мочерний, які досліджували різні аспекти поняття «прибуток підприємства», на основі чого формували власне поняття «прибуток». К. Тжпіова, аналізувала специфіку прибутку. Зважаючи на особливості його формування на підприємстві. Н.Шаєб досліджував вплив прибутковості підприємства на його поточні та довгострокові рішення. С.О. Шарманська розглядала прибуток у розрізі особливостей його формування і використання в транзитній економіці тощо.

Також підґрунтя даних понять є законодавча база. Наприклад, у Податковому кодексі України та Господарському кодексі закладені основи щодо розуміння прибутку.

Мета дослідження полягає в дослідженні сутності поняття прибуток, аналізі факторів які впливають на його формування та методи оптимізації прибутку.

Результати дослідження. Для досягнення поставленої мети у першу чергу було проведено аналіз літературних джерел. З огляду на результати аналізу за проблемою, виникає потреба в уточненні сутності категорії «прибуток підприємства».

Відомий науковець – С.О. Шарманської у своїй праці встановив, що особливими характеристиками прибутку підприємства є те, що він:

- служить джерелом грошового потоку для суб'єкта господарювання;
- показує фінансові наслідки вкладення капіталу у діяльність підприємства;
- пояснює, як розцінюється вартість діяльності в умовах невизначеності та ризику;
- визначає, наскільки підприємство відзначається у конкурентному середовищі;
- представляє собою джерело фінансування для розвитку підприємства;
- виступає джерелом формування фінансових резервів, призначених для забезпечення соціальних потреб [6].

Для більш детального аналізу слід розглянути різні точки зору, щодо розуміння сутності поняття «прибуток».

Таблиця 1. Поняття «прибутку» в різних джерелах
Table 1. The concept of "profit" in various sources

Автори, нормативні акти	Визначення поняття «прибуток»
Господарський кодекс України [2]	«Прибуток (доход) суб'єкта господарювання є показником фінансових результатів його господарської діяльності, що визначається шляхом зменшення суми валового доходу суб'єкта господарювання за певний період на суму валових витрат та суму амортизаційних відрахувань»
Податковий кодекс України [5]	«Прибуток із джерелом походження з України та за її межами- визначається шляхом зменшення суми доходів звітного періоду на собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг та суму інших витрат звітного податкового періоду».
О. М.Бандурка [1]	«Прибуток підприємства – це перевищення доходів, від його діяльності над сумою видатків, він являє собою єдину форму його власних нагромаджень».
С. В. Мочерний [3]	«Прибуток – це сума коштів, на яку дохід підприємства перевищує витрати»

Таким чином, як ми бачимо, існує різні погляди, щодо визначення поняття прибутку. Кожна із точок зору має місце бути та включає різні аспекти, що варто враховувати під час проведення аналізу. Так, можна узагальнити різні точки зору, та встановити, що прибуток – показник фінансових результатів діяльності підприємства, який різницею між доходами та витратами цього ж підприємства та є основою розрахункової діяльності, виробничого та соціального розвитку.

У сучасних умовах ринкової економіки неможливо переоцінити значення прибутку. Прибуток впевнено можна визначити як одну з найважливіших категорій в ринкових відносинах, яка виконує численні функції, зокрема оціночну, стимулюючу та фіскальну. Він є індикатором економічного впливу, що випливає з діяльності підприємства. Разом з тим на величину прибутку, його динаміку впливають фактори, як залежні, так і не залежні від зусиль підприємства (рис. 1).

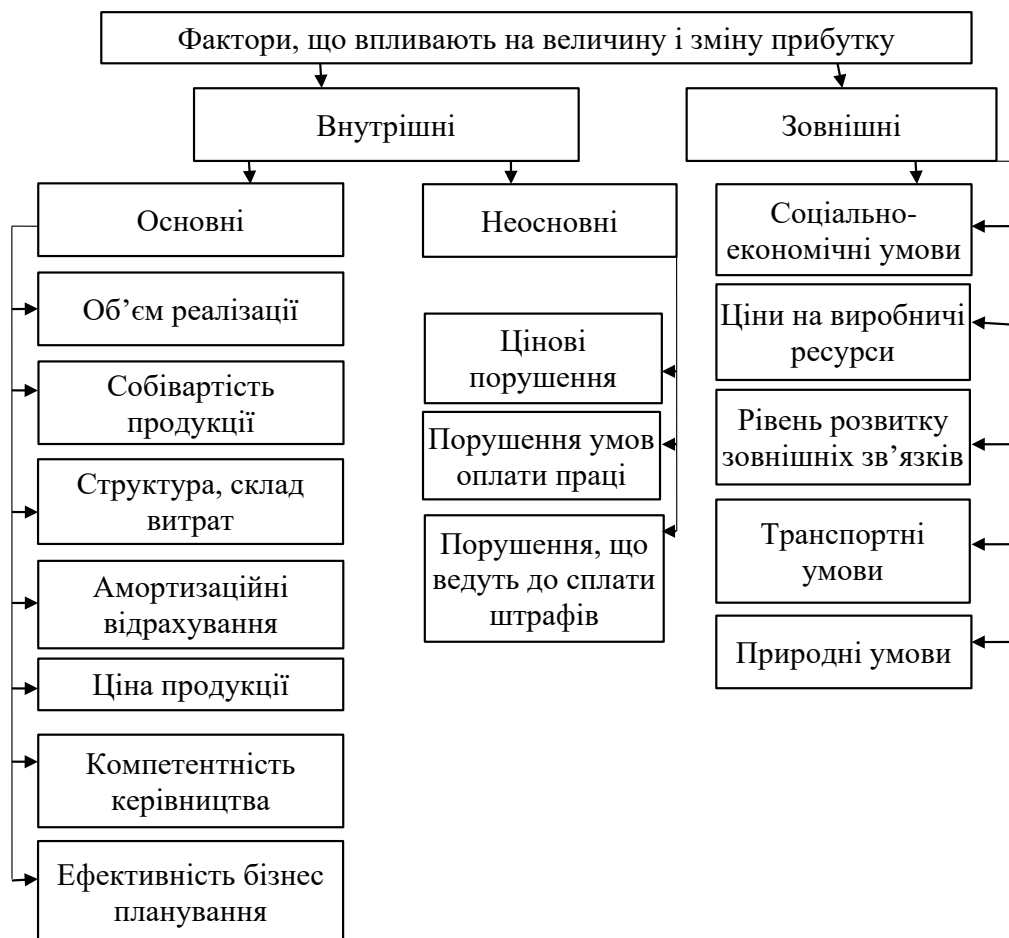


Рисунок 1. Фактори, що мають вплив на прибуток підприємства
Figure 1. Factors affecting the company's profit

Вказані фактори впливають на прибуток не напряму, а шляхом впливу на обсяг реалізованої продукції та її собівартість. Тому для досягнення остаточного фінансового результату важливо порівняти вартість продукції, що реалізується, з витратами і ресурсами, які витрачаються під час її виробництва [4]. Тому для подальшого аналізу буде зосереджено увагу на внутрішніх факторах, а саме собівартості, доходи, структурі та складі витрат тощо.

Аналіз прибутку та рентабельності дозволяє виявити можливості подальшого розвитку потенціалу підприємства, задоволення матеріальних та соціальних потреб власників та працівників.

Економічні результати також характеризуються формуванням, розподілом та використанням прибутку.

Основними джерелами аналізу прибутку є дані, подані в бухгалтерській звітності, до яких належать:

- 1) баланс;
- 2) звіт про фінансові результати.

Методика аналізу формування та розподілу прибутку включає ряд методів, до яких відносяться: горизонтальний аналіз, вертикальний аналіз, факторний аналіз прибутку від продажів та чистого прибутку.

Аналіз необхідно починати із загальної оцінки складу та величини прибутку. Для цього використовуються горизонтальний та вертикальний аналіз.

Горизонтальний аналіз є аналіз змін окремих показників за певний період часу. При цьому аналіз динаміки показників прибутку може здійснюватись шляхом:

- а) порівняння показників звітного періоду з показниками попереднього періоду, якщо мова йде про місяць, квартал і рік;
- б) порівняння показників звітного періоду з показниками аналогічними періодами попереднього року, наприклад, для порівняння показників певного кварталу чи місяця;
- в) порівняння показників прибутку за низку попередніх періодів.

Дані горизонтального аналізу прибутку підприємства оформляють як таблиці за даними звіту про фінансові результати.

Вертикальний аналіз прибутку необхідний визначення частки, тобто впливу кожного з аналізованих показників загальну суму загалом. Цей вид аналізу допомагає проаналізувати зміни у структурі прибутку. Його методика полягає в тому, що сума виручки приймається за сто відсотків, а кожен вид прибутку подається у вигляді процентної частки від цього значення.

Дані вертикального аналізу можна також аналізувати на основі Звіту про фінансові результати.

За підсумками проведених розрахунків робиться висновок про структуру та динаміку показників прибутку, а також про позитивні та негативні впливи на показник прибутку в цілому.

Аналіз прибутку поділяється на різні напрями, види та форми залежно від ознак.

За напрями дослідження виділяють аналіз формування прибутку та аналіз його використання:

- проведення аналізу формування прибутку в різних сферах діяльності — поточній, інвестиційній та фінансовій. Важливою складовою аналізу формування прибутку є оцінка прибутку, отриманого відповідно до бухгалтерського обліку та податкового обліку;
- оцінка розподілу та використання прибутку за основними напрямками дозволяє визначити рівень його споживання і капіталізації, а також конкретні форми виробничого споживання для інвестиційних цілей.

К. Тжпіова вбачала що прибуток не є ідеальною категорією. Він має ряд недоліків, які необхідно враховувати при проведенні аналізів. Але, знаючи їх, можна зробити правильний аналіз.

1. Це стосується реалізованої продукції, яка відокремлює прибуток від грошового потоку.

2. Витрати підприємства на дослідження і розробки, просування, навчання працівників не капіталізуються в балансі, а визнаються витратами періоду, що зменшує прибуток такого підприємства, а це може призвести до значного заниження оцінки фінансовий результат підприємств, що розвиваються в періоди інтенсивного зростання.

3. Ви можете змінювати рівень прибутку шляхом так званого агресивного облік (наприклад, шляхом завищення обороту).

4. Один і той самий рівень прибутку, досягнутий при різному розмірі активів підприємства, в різні періоди означає абсолютно різний рівень ефективного використання задіяних факторів виробництва [11].

Л. Семенюк аналізував особливості аналізу прибутку підприємства. На думку дослідника різний характер показників ефективності може бути проблематичним також розглядається з точки зору інформаційних баз, використаних для побудови вищезазначених заходів, і характеру ефективності підприємства, що відображено в обговорених заходах. З огляду на вищесказане можна виділити такі заходи ефективності, щодо розрахунку:

- облікових показників, використовуючи, різні форми фінансового результату підприємства як бухгалтерського прибутку від його діяльності;
- фінансові показники, використовуючи, серед іншого, різні форми грошового потоку як фінансового надлишку від своєї діяльності;
- ринкові показники, інтегруючи у своєму змісті вибрані облікові та фінансові показники [8].

Безумовно рівень прибутку матиме вплив й на прийняття поточних чи довгострокових рішень.

Прибутковості відіграє важливу роль у сприянні прийняттю рішень, незалежно від того, чи це короткострокові рішення, чи довгострокова перспектива. Як зазначає Н.Шаєб, прибуток використовується за різними напрямками, щоб допомогти прийняти короткострокові рішення, особливо коли економічні ресурси є дефіцитними. Індекси рентабельності також використовується при ціноутворенні товарів тощо. Крім того, показники рентабельності використовується для порівняння між довгостроковими інвестиційними проектами, які мають додатну чисту теперішню вартість або економічно доцільно, для цього необхідно вибрати деякі з них [9].

Варто також брати до уваги як поточний прибуток так і прибуток в довгостроковій перспективі. Саме таку тему для власних досліджень обрав Ф.Хесслер. Встановивши, що з метою задоволення мінливості суспільних потреб, організація повинна адаптуватися до своїх довгострокових стратегій. Однак у той же час компанії повинні задовольняти короткострокові інтереси прибутковості та вимоги акціонерів. Ці фактори здебільшого вивчалися окремо, без їх пов'язування. Проте, у власному дослідженні науковець спробував це виправити. Відповідно до висновків, які отримав автор, було розглянуто фактори, що впливають на прибутковість, саме у поточній перспективі. Цілком ймовірно, що сприйняття та актуальність цих факторів значно розширяться, набуде додаткової ваги та продовжить розвиватися разом із подальшою інтеграцією сталого розвитку як рушійної сили бізнесу в організаціях [7].

Фінансовий результат діяльності підприємства (прибуток або збиток) визначається, переважно, фінансовими результатами від його основної операційної сфери.

Так, після визначення специфіки поняття «прибуток», факторів, що мають безпосередній та опосередкований вплив. доречно проводити аналіз беручи до уваги саме внутрішні фактори впливу, на які підприємство має безпосередній вплив. Для аналізу було обрано підприємство – ТОВ «НАУКОВО-ВИРОБНИЧИЙ ЦЕНТР «СІГМА»», що знаходиться в Одеській області, місті Одеса. Основний вид діяльності – неспеціалізована оптова торгівля.

Перш за все варто проаналізувати структуру та динаміку доходів та витрат підприємства. У формуванні прибутку варто звернути увагу, у першу чергу на доходи та витрати підприємства. У табл. 2 представлена структура доходів підприємства за 2020 – 2022 рр.

Таблиця 2. Структура доходів підприємства, 2020 – 2022 рр.

Table 2. Structure of company revenues, 2020-2022.

Доходи	2020		2021		2022	
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	111996,6	99,96	121542,8	99,63	157321,3	99,92
Інші операційні доходи	23,1	0,02	445,9	0,37	120,9	0,08
Інші доходи	19,7	0,02	0	0	0	0,00
Всього доходів	112039,4	100	121988,7	100	157442,2	100

Варто зазначити, що основним джерелом доходу підприємства є дохід від реалізації продукції, що є позитивним. Щодо інших видів доходу, то також є інші операційні доходи, які склали менше 1% від загальної структури, а у 2020 році зафіксовано інші доходи на 19,7 тис. грн. З часом дохід лише зростає. Так, свого максимуму він досяг у 2022 році на рівні 157 321,3 тис. грн..

Витрати підприємства за 2020 – 2022 рр. наведені у табл. 3.

Таблиця 3. Структура витрат підприємства 2020 – 2022 рр.

Table 3. The structure of enterprise costs in 2020-2022.

Витрати	2020		2021		2022	
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	100290,7	90,43	108725,4	90,38	143077,1	91,75
Інші операційні витрати	10360,4	9,34	11207,5	9,32	12528,7	8,03
Витрати (дохід) з податку на прибуток	249,9	0,23	370	0,31	330,6	0,21
Всього витрат	110901	100	120302,9	100	155936,4	100

Таким чином, собівартість займає ліву частку й становила 90,4 – 91,75% від загального обсягу витрат. Також на підприємстві були інші операційні витрати на рівні 8 – 9% та витрати з податку на прибуток. Варто відзначити, що витрати щорічно зростали. Її свого максимуму досягли у 2022 році. Щодо фінансового результату підприємства, то він наведений у табл. 4.

Таблиця 4. Фінансовий результат підприємства

Table 4. Financial results of the enterprise

Показник	2020	2021	2022	Абсолютне відхилення, тис. грн	Відносне відхилення, %
Фінансови результат до оподаткування	2756,9	4111,6	3672,8	915,9	33,22
Чистий фінансовий результат: прибуток	2507	3741,6	3342,2	835,2	33,31

Таким чином, фінансовий результат діяльності підприємства відобразив позитивні зміни протягом трьох років, а саме відбулося зростання на 915,9 тис. грн, або ж на 33%. Для більш наочного результату доречно відобразити отримані дані графічним способом (рис. 2).

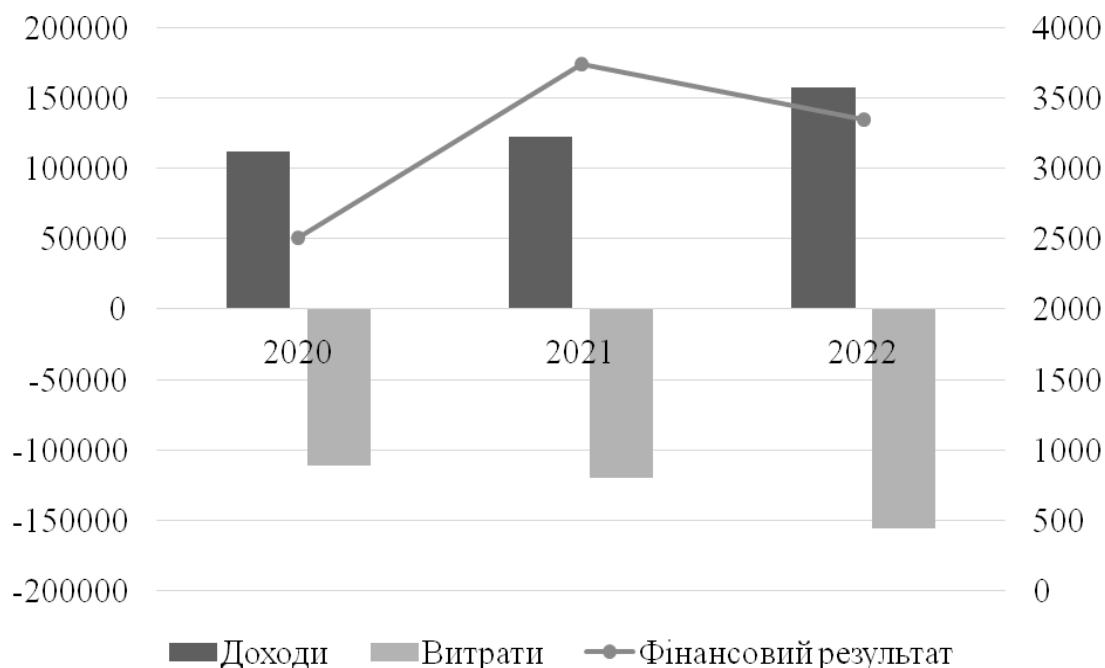


Рисунок 2. Порівняння доходів, витрат та фінансових результатів підприємства
Figure 2. Comparison of revenues, costs and financial results of the enterprise

Таким чином, максимальне значення прибутку підприємства було зафіксовано у 2021 році на рівні 3741,6 тис. грн, у 2022 році значення зменшилось до 3342,2 тис. грн.

Для повного аналізу необхідно розрахувати та проаналізувати показники прибутковості.

Таблиця 5. Показники прибутковості підприємства
Table 5. Profitability indicators of the enterprise

Показники рентабельності підприємства	2020	2021	2022	Відносне відхилення, %
рентабельність активів (майна)	0,05	0,03	0,02	-66,31
рентабельність сукупного капіталу	0,22	0,29	0,24	8,91
рентабельність власного капіталу	0,18	0,24	0,20	11,19
валова рентабельність реалізованої продукції	0,10	0,11	0,09	-13,37
операційна рентабельність реалізованої продукції	0,01	0,02	0,01	-4,48
чиста рентабельність реалізованої продукції	0,02	0,03	0,02	-5,09

Отже, після проведених розрахунків, було встановлено, що для підприємства погіршилася ситуація, щодо рентабельності активів. Завдяки даному показникові відображається скільки прибутку припадає на 1 грн. активів. Так, щороку дане значення лише скорочувалося й у 2022 році досягло мінімуму на рівні 0,02, що на 66,31% менше ніж у 2020 році. Рентабельність сукупного капіталу мала стрибкоподібний характер, тому максимум був зафіксований у 2021 році на рівні 0,29, що вказує на найвищий рівень віддачі (норми прибутку) на вкладений власний капітал. Валова рентабельність реалізованої продукції мала подібну тенденцію, тому максимум був у 2021 році, що характеризує ефективність виробничої діяльності, а також ефективність політики ціноутворення. Щодо операційної рентабельності реалізованої продукції, то значення було майже незмінним, та показує рентабельність підприємства після відрахування витрат на виробництво та збут товарів, тобто затрат, які не відносяться до операційної діяльності. Останній показник – чиста рентабельність реалізованої продукції також не мала значних змін. Таким чином,

показники рентабельності вказують на задовільний рівень фінансових результатів діяльності підприємства, хоча й варто відзначити, що у 2022 році ситуація дещо погіршилася, порівняно з попередніми роками. Безумовно цьому сприяли як внутрішні так і зовнішні фактори. Надалі варто більш детально розглянути методи оптимізації прибутку.

Після проведеного аналізу, очевидним є те, що для оптимізації рівня прибутку необхідно зосередити увагу на збільшенні доходів та скорочення витрат, у першу чергу, як основних складових, що формують прибуток. Як зазначає Г.Швахич та Е.Холод, як правило, при проведенні аналізу шляхів підвищення прибутковості на підприємстві, виділяють вплив зовнішніх і внутрішніх факторів. До зовнішніх факторів підвищення прибутковості можна, наприклад, віднести розширення ринку збуту продукції за рахунок зниження цін на вироблену продукцію. Внутрішні фактори вважаються важливішими за зовнішні. До них відносяться: зниження собівартості продукції, збільшення обсягів виробництва, підвищення фондівіддачі та ін [10].

Так зосередимо увагу саме на дохідній частині. В даному випадку можна піти декількома шляхами. По-перше, збільшити ціну на продукцію (послуги). По-друге, збільшити різницю між вартістю і ціною товару (послуг). По-третє, збільшити обсяг продажів.

Розглянемо також зменшення витратної частини при незмінному значенні доходу. Зниження собівартості послуг та товарів за рахунок зменшення всіх витрат. Максимальна автоматизація всіх процесів та мінімальне залучення найманої праці тощо. Щоб знизити витрати, необхідно ретельно досліджувати виробничий процес. Багато підприємств вводять нові методи управління (наприклад, спільна робота декількох підрозділів) але за зниженням витрат, якість товару не повинна погіршитись.

Крім цього, підприємство має вагому проблему із обсягами дебіторської заборгованості. До заходів, що сприятимуть поліпшенню управління дебіторською заборгованістю, слід віднести:

- посилений контроль за станом розрахунків з покупцями;
- по можливості розширювати коло споживачів, з метою зменшення впливу від несплати одним або декількома великими покупцями;
- доречно надавати знижки, розробляти індивідуальний графік оплати, або використовувати надання знижок при попередній оплаті продукції.

Таким чином, такі та інші дії дозволять продовжувати зростання підприємства та його розвиток.

Висновки. Таким чином, було проведено ґрунтовний аналіз, відповідно до якого встановлено особливості поняття «прибуток». Так, чимало науковців присвятили свої праці вивчаючи дану проблему. Кожне бачення має місце бути та включати різні аспекти, що варто брати до уваги під час проведення аналізу.

Для досягнення поставленої мети, було проаналізовано ряд факторів, що мають вплив на формування прибутку підприємства. Вказані фактори впливають на прибуток не напряму, а шляхом впливу на обсяг реалізованої продукції та її собівартість або ж ціну. Так. Було виокремлено внутрішні та зовнішні фактори. Для подальшого аналізу було обрано саме внутрішні, адже підприємство має на них вплив та може регулювати ситуацію, яка склалася.

Після встановлення специфіки проведення аналізу прибутковості підприємства, для цього було обрано ТОВ «НАУКОВО-ВИРОБНИЧИЙ ЦЕНТР «СІГМА»» за 2020 – 2022 рр. На основі аналізу встановлено, що підприємство мало позитивний фінансовий результат (прибуток) протягом обраного періоду. Незважаючи на це, все ж таки показники прибутковості відображали певні проблеми в діяльності. Наприклад, до 2022 року для підприємства погіршилася ситуація, щодо рентабельності активів. Рентабельність сукупного капіталу мала також скорочення у 2022 році. Такі ж результати мали й інші показники.

Безумовно цьому сприяли як внутрішні так і зовнішні фактори. Надалі варто більш детально розглянути методи оптимізації прибутку.

Для покращення ситуації на підприємстві рекомендується збільшувати дохід при незмінних або зменшених витратах. Проте. Зважаючи на те, що майже 90% витрат становить собівартість, тому важливо все ж таки враховувати й якість товарів та послуг. Разом з тим, підкреслено важливість проведення вдалої політики щодо дебіторської заборгованості, адже її розміри є значними. Це у свою чергу також збільшить дохід. Отже, ці та інші заходи допоможуть покращити ситуацію, у той час як аналіз прибутку та рентабельності дозволяє виявити можливості подальшого розвитку потенціалу підприємства, задоволення матеріальних та соціальних потреб власників та працівників.

Список використаної літератури

1. Бандурка О. М. Економіка підприємства: навчальний посібник. Харків: ХНУВС. 2017. 192 с.
2. Господарський кодекс України: офіц. сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 08.09.2023)
3. Мочерний С. В. Економічна теорія. Навч. посібник. 3-є вид., допов. і перероб. К.: Вид. центр «Акад.», 2005. 640с.
4. Мурашко О.В. Формування і розподіл прибутку на підприємстві. *Науковий вісник УМО «Економіка та управління»*. 2016. №1. С.90 – 102.
5. Податковий кодекс України: офіц. сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 07.09.2023)
6. Шарманська С. О. Прибуток та особливості його формування і використання в транзитній економіці : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.01 «Економічна теорія та історія економічної думки». Київ, 2010. 22 с.
7. Haessler P. Strategic Decisions between Short-Term Profit and Sustainability *MDPI* (2020) №10 (3). URL: <https://www.mdpi.com/2076-3387/10/3/63>
8. Siemieniuk Ł. Wskaźniki ebit i ebitda a funkcjonowanie PRZEDSIĘBIORSTWA. *Repozytorium* (2015). URL: https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/12886/1/L_Siemieniuk_Wskazniki_EBIT_i_EBITDA.pdf
9. Shayeb Naji Al-Rikabi Profitability Index and Its Impact on Short and Long Term Decisions. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues* (2021). №24. URL: <https://www.abacademies.org/articles/profitability-index-and-its-impact-on-short-and-long-term-decisions-12977.html>
10. Shvachych G. RESEARCH OF The enterprise profitability strategy. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2017. №5. С.451 – 456. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/317/pdf>
11. Trzpioła K. Analiza zysków. Możesz być o nią poproszony w trakcie prezentacji sprawozdania finansowego. *Portal biur Rachunkowych* (2020). №45. URL: <https://www.portalbr.pl/nr-45-sierpień-2020-r./analiza-zyskow.-mozesz-byc-o-nia-poproszony-w-trakcie-prezentacji-sprawozdania-finansowego-2797.html>
Стаття надійшла до редакції 26.07.2023
Статтю рекомендовано до друку 19.09.2023

Hnyr Nataliia

PhD in Economics, Associate professor of the Department of Banking Business and Financial Technologies, Education and Research Institute “Karazin Banking Institute”, V.N. Karazin Kharkiv National University, Maidan Svobody, 4, Kharkiv, 61022, Ukraine
e-mail: n.o.gnip.karazin.ua
ORCID ID:0000-0002-0856-9619

Diana Kolomiüets

student, the second (Master's) level of higher education Education and Research Institute “Karazin Banking Institute”, V.N. Karazin Kharkiv National University, Maidan Svobody, 4, Kharkiv, 61022, Ukraine
e-mail: kolomietsdi@gmail.com

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF FACTORS REGARDING THE FORMATION OF ENTERPRISE PROFIT AND METHODS OF ITS OPTIMIZATION

Abstract. The article describes the importance of analyzing the company's profit and methods of its optimization. Such indicators as profit and profitability are investigated. The economic efficiency of the enterprise has been reflected. The subject of the study is the analysis of the company's profitability. The research methodology is based on the analysis of the performance characteristics of the enterprise as a whole, the formation of profit and its profitability.

The concept "profit" is analyzed. The legislative and regulatory framework and literary sources regarding the determination of the specifics of calculating the financial results of the enterprise are considered. The economic essence

of profit is revealed, which is the result of the enterprise's activity and an indicator that determines its efficiency. Obtaining profit is the main stage of the general process of profit management and not only the basis of its distribution, but also a source of renewal of production assets and new self-financing for further development of the enterprise.

An increase of the profit of enterprises significantly affects the pace of its development, that is why every enterprise tries to increase its size. However, there are factors that affect profits. The main factors that can influence the successful operation of the company and the formation of profits (losses) are highlighted. It has been found that the considered factors do not have a direct impact on the profit of the enterprise, but act by influencing the volume of products sold and their cost price. Among them, both internal and external ones have been singled out. Internal influencing factors have been chosen for further analysis.

Based on the available financial statements, an analysis has been conducted regarding the formation of the company's financial results. The company's profitability indicators have been analyzed.

Key words: *enterprise profit, profit formation, profitability, income, expenses.*

Formulas: 0, fig.: 2, tables: 5, bibl.: 10

JEL Classification: M 20

For citation: Hnyp N., Kolomiets D. Analysis of the influence of factors regarding the formation of enterprise profit and methods of its optimization. Financial and credit systems: prospects for development. №3(10) 2023. P. 33-42. DOI: <https://doi.org/10.26565/2786-4995-2023-3-04> (in Ukrainian)

Reference

1. Bandurka O. M. Enterprise economics: study guide. Kharkiv: KhNUVS. 2017. 192 p. [in Ukrainian]
2. Economic Code of Ukraine: officer. site URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> [in Ukrainian]
3. Mocherny S. V. Economic theory. Training manual. 3rd ed., supplement. And rework. K.: Ed. "Akad" center, 2005. 640p. [in Ukrainian]
4. Murashko O.V. Formation and distribution of profit at the enterprise. Scientific bulletin of UMO "Economics and Management". 2016. No. 1. P. 90 - 102. [in Ukrainian]
5. Tax Code of Ukraine: officer. site URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> [in Ukrainian]
6. Sharmanska S. O. Profit and peculiarities of its formation and use in the transit economy: autoref. thesis for obtaining sciences. candidate degree economy Sciences: spec. 08.00.01 "Economic theory and history of economic thought." Kyiv, 2010. 22 c. [in Ukrainian]
7. Haessler P. Strategic Decisions between Short-Term Profit and Sustainability MDPI (2020) No. 10 (3). URL: <https://www.mdpi.com/2076-3387/10/3/63>
8. Siemieniuk Ł. Wskaźniki ebit i ebitda a funkcjonowanie PRZEDSIĘBIORSTWA. Repository (2015). URL: https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/12886/1/L_Siemieniuk_Wskazniki_EBIT_i_EBITDA.pdf [in Poland]
9. Shayeb Naji Al-Rikabi Profitability Index and Its Impact on Short and Long Term Decisions. Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues (2021). No. 24. URL: <https://www.abacademies.org/articles/profitability-index-and-its-impact-on-short-and-long-term-decisions-12977.html>
10. Shvachych G. RESEARCH OF The enterprise profitability strategy. Baltic Journal of Economic Studies. 2017. No. 5. P.451 - 456. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/317/pdf>
11. Trzpioła K. Analiza zysków. You can ask about it in the course of the financial presentation. Portal biur Rachunkowych (2020). No. 45. URL: <https://www.portalbr.pl/nr-45-sierpień-2020-r./analiza-zyskow.-mozesz-byc-o-nia-poproszony-w-trakcie-prezentacji-sprawozdania-finansowego-2797.html>. [in Poland]

The article was received by the editors 26.07.2023

The article is recommended for printing 19.09.2023

[DOI: 10.26565/2786-4995-2023-3-05](https://doi.org/10.26565/2786-4995-2023-3-05)

УДК 336.7

Пеняк Юлія

*к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку та оподаткування,
ННІ «Каразінський банківський інститут»
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, Україна
майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна
e-mail: yuliya-sergeevna@ukr.net
ORCID ID: 0000-0002-2836-4450*

Шубіна Світлана

*к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку та оподаткування,
ННІ «Каразінський банківський інститут»
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, Україна
майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна
e-mail: shybina@ukr.net
ORCID ID: 0000-0003-0266-5893*

Діденко Марина

*здобувач вищої освіти, другий (магістерський) рівень вищої освіти
ННІ «Каразінський банківський інститут»
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, Україна
майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна
e-mail: maryna.didenko21@gmail.com*

ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ ЗАПАСАМИ

Анотація. Управління запасами є важливою складовою ефективного функціонування бізнесу. Однак багато компаній стикаються з проблемами щодо достовірного обліку та раціонального використання запасів. Метою дослідження та аналіз напрямів формування обліково-аналітичної системи для управління виробничими запасами. Для досягнення мети запропоновано розгляд інструментів формування обліково-аналітичної системи управління виробничими запасами; визначення різних підходів до управління запасами; обґрунтування важливості впровадження обліково-аналітичних систем управління запасами. Дані напрями сприятимуть покращенню практичних аспектів управління запасами.

У статті проаналізовано важливий аспект сучасного менеджменту на підприємствах - формування обліково-аналітичної системи для ефективного управління запасами. Детально розглянуто інструменти, які допомагають створити таку систему управління запасами, визначено різні підходи до оптимізації запасів та обґрунтовано важливість впровадження обліково-аналітичних систем для ефективного управління запасами. Доведено, що однією з ключових цілей стратегії управління виробничими запасами є досягнення оптимізації їх структури, яка може призвести до значного підвищення ефективності без збільшення загального обсягу запасів. Для досягнення цієї мети доцільно використовувати запропонований алгоритм управління структурою запасів. Ефективне управління виробничими запасами, враховуючи їх структуру та спираючись на дану модель, дозволить підприємствам підходити до цього процесу з більшою стратегічною важливістю та інформованістю, що в свою чергу сприяє підвищенню ефективності та конкурентоспроможності на ринку.

Для формування обліково-аналітичної системи управління виробничими запасами виділено рекомендації, які сприятимуть правильному формуванню обліково-аналітична система управління виробничими запасами, що допоможе знизити витрати підприємства, підвищити ефективність та забезпечити належну якість обслуговування клієнтів. Доведено, що формування обліково-аналітичної системи управління виробничими запасами є важливим завданням для підприємства, яке дозволяє забезпечити ефективний контроль, оптимізацію та прийняття обґрунтованих рішень щодо управління запасами. Така система допомагає підвищити конкурентоспроможність підприємства і забезпечує його стійкість на ринку. Дана стаття є важливим джерелом інформації для керівників підприємств, фахівців з логістики та управління запасами, які прагнуть підвищити ефективність своїх процесів і впровадити сучасні обліково-аналітичні системи для більш точного і стратегічного управління запасами.

Ключові слова: облік, аналітика, система, виробничі запаси, управління, підприємство.



Для цитування: Пеняк Ю., Шубіна С., Діденко М. Формування обліково-аналітичної системи управління виробничими запасами. Фінансово-кредитні системи: перспективи розвитку. №3(10) 2023. С.43-48. DOI: <https://doi.org/10.26565/2786-4995-2023-3-05>

Вступ. Управління виробничими запасами є важливою складовою ефективного функціонування підприємства. Однак, багато компаній стикаються з викликами щодо точного обліку запасів і раціонального їх використання. Саме тому актуальним є вивчення та розгляд проблем, пов'язаних із формуванням обліково-аналітичної системи управління виробничими запасами.

Аналіз досліджень та постановка завдання. Останні дослідження та публікації в галузі управління виробничими запасами показують, що правильне формування обліково-аналітичної системи може значно підвищити ефективність управління запасами і знизити витрати [1-10]. Однак, на сьогоднішній день існують невирішені аспекти управління виробничими запасами, зокрема, в розробці та впровадженні обліково-аналітичних систем. Однією з невирішених частин проблеми є вибір оптимальних інструментів та методів для забезпечення точного обліку та аналізу запасів.

Метою статті є дослідження та аналіз напрямів формування обліково-аналітичної системи для управління виробничими запасами. Для досягнення мети необхідно здійснити: розгляд інструментів формування обліково-аналітичної системи управління виробничими запасами; визначення різних підходів до управління запасами; обґрунтування важливості впровадження обліково-аналітичних систем управління запасами. Дані напрями сприятимуть покращенню практичних аспектів управління запасами.

Результати дослідження. Формування обліково-аналітичної системи управління виробничими запасами є важливим етапом в діяльності будь-якої компанії. Ця система є не лише складовою частиною загальної системи управління, але й ключовим інструментом для ефективного контролю за запасами та прийняття обґрунтованих стратегічних рішень.

Існує безліч різних підходів до тлумачення поняття обліково-аналітичного забезпечення. Вони можуть включати в себе різні програмні рішення, апаратні засоби, методи аналізу даних та інші елементи [1]. Вибір конкретного підходу залежить від потреб компанії та її галузі. Основною метою обліково-аналітичної системи є поєднання облікових і аналітичних операцій в єдиний процес. Це означає, що не лише ведеться облік запасів, але і проводиться їх аналіз для отримання цінної інформації [2, с.316]. Ця інформація стає основою для прийняття рішень щодо оптимізації запасів, планування закупівель, управління попитом та ресурсами.

Разом з цим, важливим аспектом обліково-аналітичної системи є своєчасний мікроаналіз [3, с.12]. Це означає, що дані про запаси оновлюються в режимі реального часу, дозволяючи оперативно реагувати на зміни в ситуації та вживати необхідні заходи. Безперервність обліково-аналітичного процесу також є критичною. Він не повинен перериватися, інакше може виникнути ризик втрати даних і можливостей для аналізу. Тільки завдяки безперервному процесу можна забезпечити стабільність та ефективність управління запасами.

Однак важливо пам'ятати, що обліково-аналітична система не обмежується лише внутрішніми процедурами. Вона включає в себе і взаємодію зовнішніх і внутрішніх користувачів, які отримують інформацію, необхідну для прийняття управлінських рішень. Ця інформація повинна бути не лише доступною, але і зрозумілою та корисною для кожного користувача.

Обліково-аналітична система складається з кількох компонентів, серед яких основні - це обліково-аналітичне забезпечення та обліково-аналітична інформація. Перше забезпечує правильну роботу системи, включаючи збір та обробку даних, аналіз і звітність. Друге - це результати цієї роботи, які надаються користувачам у зрозумілій формі [6, с.25]. Однією з ключових цілей стратегії управління виробничими запасами є досягнення оптимізації їх структури, яка може призвести до значного підвищення ефективності без збільшення загального обсягу запасів. Для досягнення цієї мети доцільно використовувати алгоритм управління структурою запасів, який наведений на рисунку 1.



Рисунок 1. Алгоритм управління структурою виробничих запасів
Figure 1. Algorithm for managing the structure of production stocks
Джерело: [систематизовано авторами]

Застосування цієї моделі (рис.1) сприятиме удосконаленню управління запасами на підприємстві у багатьох аспектах. По-перше, це дозволить підвищити ефективність інформаційного забезпечення процесу управління виробничими запасами, що є важливим фактором для прийняття управлінських рішень. Зокрема, можемо удосконалити механізм оптимізації обсягу та структури виробничих запасів з урахуванням запланованого обсягу виробництва та збуту. Ця аналізована модель передбачає важливий аспект - прогноз збуту. Цей прогноз надає важливу інформацію, необхідну для вирішення питань щодо розподілу інвестицій для конкретних структурних елементів запасів. Ефективне управління виробничими запасами, враховуючи їх структуру та спираючись на дану модель, дозволяє підприємствам підходити до цього процесу з більшою стратегічною важливістю та інформованістю, що в свою чергу сприяє підвищенню ефективності та конкурентоспроможності на ринку.

Для формування обліково-аналітичної системи управління виробничими запасами можемо виділити наступні рекомендації:

1. Визначення цілей і стратегії управління запасами. Спочатку необхідно визначити, які цілі ставляться перед системою управління запасами. Це може бути зниження витрат на утримання запасів, забезпечення належної наявності товарів для виробництва чи інші цілі, специфічні для вашої компанії.

2. Облік запасів. Необхідно встановити систему обліку запасів, яка відображає всі рухи товарів, включаючи закупки, реалізацію, повернення, списання тощо. Варто використовувати сучасні облікові програми або системи для автоматизації цього процесу.

3. Класифікація запасів. Необхідно розділити запаси на категорії відповідно до їх важливості і цінності. Зазвичай використовується ABC-аналіз, де А - це найцінніші та найважливіші товари, а С - менш важливі [7, с.88].

4. Визначення рівня сервісу. Треба встановити необхідний рівень обслуговування клієнтів і визначити коли і скільки товарів слід замовляти.

5. Прогнозування попиту. Варто використовувати методи прогнозування попиту для передбачення обсягу продажів і виробництва. Це допоможе уникнути надмірних запасів або дефіциту товарів.

6. Запровадження технологій інформаційного забезпечення. Краще використовувати сучасні інформаційні системи і технології, такі як IoT (Internet of Things) і Big Data аналітика, для збору і аналізу даних про запаси в реальному часі [8, с.175].

7. Моніторинг та аналіз результатів. Треба регулярно аналізувати ефективність системи управління запасами та вносити корективи в стратегію, якщо це необхідно.

8. Навчання персоналу. Організації варто підготувати персонал до використання обліково-аналітичної системи і надати їм необхідні знання.

9. Впровадження системи контролю. Варто створити механізми контролю, які допоможуть вчасно виявляти і вирішувати проблеми в управлінні запасами.

10. Постійне вдосконалення. Управління запасами - це процес, що постійно змінюється. Треба виправляти помилки, оптимізувати процеси та розвивайте систему управління запасами з часом.

Правильно сформована обліково-аналітична система управління виробничими запасами допоможе знизити витрати підприємства, підвищити ефективність та забезпечити належну якість обслуговування клієнтів.

Таким чином, організаційно-аналітичне забезпечення управління виробничими запасами відкриває перед підприємством нові перспективи. Воно не лише допомагає уникнути витрат на утримання надлишкових запасів, але й звільняє значну суму коштів, яка може бути використана для інших стратегічних цілей. Ефективне обліково-аналітичне забезпечення створює можливість приймати обґрунтовані управлінські рішення стосовно використання запасів та підвищує рівень контролю над ними.

Грамотно побудована система обліково-аналітичного забезпечення запасів стає важливим інструментом для підприємства. Вона сприяє оптимізації виробничих процесів, підвищує ефективність управління та сприяє розвитку бізнесу. На практиці, це означає позитивний вплив на фінансові показники підприємства та сприяє його стійкому розвитку на ринку.

Висновки. Отже, формування обліково-аналітичної системи управління виробничими запасами є важливим завданням для підприємства, яке дозволяє забезпечити ефективний контроль, оптимізацію та прийняття обґрунтованих рішень щодо управління запасами. Така система допомагає підвищити конкурентоспроможність підприємства і забезпечує його стійкість на ринку. Разом з цим, система обліково-аналітичного забезпечення управління є складним механізмом, що налічує кілька рівнів і об'єднує різноманітні компоненти в єдиний функціональний комплекс. Ця система включає облікову інформацію в мережу додаткових аналітичних процедур, сприяючи отриманню достовірної та деталізованої оцінки виробничих запасів. Ця оцінка стає основою для раціонального управління запасами, яке має велике значення для підприємства. Отже, система обліково-аналітичного забезпечення управління виробничими запасами є необхідною складовою успішного бізнесу, яка дозволяє не тільки контролювати запаси, але й використовувати їхні потенційні можливості для досягнення стратегічних цілей підприємства.

Список використаної літератури

1. Пеняк Ю. С., Беляєва Л. А., Рудь О. О. Обліково-аналітичне забезпечення управління виробничими запасами. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2022. № 5. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-5-09-01>.
2. Abramova, O. S., Bieliaieva, L. A., & Peniak, Y. S. Directions of the Ukraine tax system improvement for innovative development of the state. *Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities: collective monograph* / edited by M. Bezpartochnyi, in 3 Vol. / Higher School of Social and Economic. Przeworsk: WSSG, 2019, Vol. 3. p. 316-325, URL: <https://doi.10.6084/m9.figshare.9731429.v1>.
3. Peniak Y.S., Belyaeva L.A., Lukin V.A. Principles and quality characteristics in international and national accounting systems // *Science for modern man: Monographic series «European Science»*. Book 8. Part 3. 2022. p.6-15. URL: <https://desymp.promonograph.org/index.php/sge/issue/view/sge08-03/sge08-03>.
4. Пушкарь І., Шишкіна А. Особливості обліково-аналітичного забезпечення управління запасами. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-74> (дата звернення: 21.08.2023).
5. Яловега Л., Лега О., Прийдак Т. Обліково-аналітична система суб'єктів господарювання: теоретичні аспекти, складові та методичне забезпечення. *Причорноморські економічні студії*. 2022. № 78. URL: <https://doi.org/10.32782/bses.78-20>.
6. Дорошенко О., Попчук Д. Ризик-менеджмент: роль обліково-аналітичного забезпечення підприємства. *Bulletin National University of Water and Environmental Engineering*. 2023. Т.1, № 101. С. 24–32. URL: <https://doi.org/10.31713/ve120233>.
7. Непран А., Солопун Н., Постољна Н. Використання системи управління запасами «мінімум-максимум» при обґрунтуванні розмірів закупівель інструментів. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2023. № 30. С. 86–95. URL: <https://doi.org/10.30977/ppb.2226-8820.2023.30.86>.
8. Soliar V. Factors and phase of economic competitiveness - their manifestation in Ukraine. *Management, finance, economics: modern problems and ways of their solutions: collective monograph* / Zhydovska N., International Science Group. Boston : Primedia eLaunch, 2021, 174-179. URL: <https://doi:10.46299/ISG.2021.MONO.ECON.I>.
9. Onyshchenko, O., Bukharina, O., Tupikina, A. Features of inventory management in logistics system of a trading enterprise. *Management and entrepreneurship: trends of development*, 2021, 4 (10), pp. 94-107. URL: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2019-4/10-08>.
10. Pysarenko T.M., & Moskovchuk A.T. Strategic Accounting of Inventories at an Industrial Enterprise. *CURRENT CHALLENGES OF SCIENCE AND EDUCATION «Sci-conf.com.ua»MDPC Publishing*, Berlin, Germany, 2020, 1(16 (61)), 105-111 URL: <https://doi.org/10.36910/6775-2707-8701-2019-16/61-11>.
Стаття надійшла до редакції 21.07.2023
Статтю рекомендовано до друку 15.09.2023

Peniak Yuliia

PhD of Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Accounting and Taxation,
Education and Research Institute “Karazin Banking Institute”
of V.N. Karazin Kharkiv National University,
Maidan Svobody, 4, Kharkiv, 61022, Ukraine
e-mail: yuliya-sergeevna@ukr.net
ORCID ID: 0000-0002-2836-4450

Shubina Svitlana

PhD of Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Accounting and Taxation,
Education and Research Institute “Karazin Banking Institute”,
V.N. Karazin Kharkiv National University,
Maidan Svobody, 4, Kharkiv, 61022, Ukraine
e-mail: shybina@ukr.net
ORCID ID: 0000-0003-0266-5893

Didenko Maryna

student, second (Master's) level of higher education,
Education and Research Institute “Karazin Banking Institute”,
V.N. Karazin Kharkiv National University,
Maidan Svobody, 4, Kharkiv, 61022, Ukraine
e-mail: maryna.didenko21@gmail.com

FORMATION OF AN ACCOUNTING AND ANALYTICAL SYSTEM FOR MANAGING PRODUCTION STOCKS

Abstract. Inventory management is an important component of effective business operation. However, many companies face problems regarding reliable accounting and rational use of inventories. The purpose is the research and analysis of directions for the formation of an accounting and analytical system for the management of production stocks. In order to achieve the goal, it is proposed to consider the tools for the formation of an accounting and analytical system for the management of production stocks; define different approaches to inventory management; substantiate the importance of implementing accounting and analytical systems for managing production stocks. These areas will contribute to the improvement of practical aspects of inventory management.

The article analyzes an important aspect of modern management at enterprises, in particular the formation of an accounting and analytical system for effective inventory management. The tools that help create such an inventory management system are considered in detail, various approaches to inventory optimization are defined, and the importance of implementing accounting and analytical systems for effective inventory management is substantiated. It has been proven that one of the key goals of the inventory management strategy is to achieve optimization of their structure which can lead to a significant increase in efficiency without increasing the total amount of inventory. To achieve this goal it is advisable to use the proposed algorithm for managing the inventory structure. Effective management of production stocks, taking into account their structure and relying on this model, will allow enterprises to approach this process with greater strategic importance and awareness, which in turn contributes to increased efficiency and competitiveness in the market.

For the formation of the accounting and analytical system of management of production stocks, recommendations are highlighted that will contribute to the correct formation of the accounting and analytical system of managing production stocks, which will help reduce the costs of an enterprise, increase efficiency and ensure the proper quality of customer service. It has been proven that the formation of an accounting and analytical system for the management of production stocks is an important task for an enterprise which allows to ensure effective control, optimization and making informed decisions regarding the management of stocks. Such a system helps to increase the competitiveness of an enterprise and ensures its stability in the market. This article is an important source of information for business managers, logistics and inventory management specialists who seek to improve the efficiency of their processes and implement modern accounting and analytical systems for more accurate and strategic inventory management.

Key words: *accounting, analytics, a system, inventory, management, an enterprise.*

Formulas: 0, fig.: 1, tables: 0, bibl.: 10

JEL Classification: M41

For citation: Peniak Y., Shubina S., Didenko M. Formation of an accounting and analytical system for managing production stocks. *Financial and credit systems: prospects for development.* №3(10) 2023. P. 43-48. DOI: <https://doi.org/10.26565/2786-4995-2023-3-05> (in Ukrainian).

References

1. Peniak, Yu.S., Bieliaieva, L.A., & Rud, O.O. (2022). Oblikovo-analitychne zabezpechennia upravlinnia vyrobnychymy zapasamy [Accounting and analytical support of production inventory management]. *Problemy suchasnykh transformatsii. Serii: ekonomika ta upravlinnia.* № 5. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-5-09-01> [in Ukrainian].
2. Abramova, O. S., Bieliaieva, L. A., & Peniak, Y. S. (2019). Directions of the Ukraine tax system improvement for innovative development of the state. *Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities: collective monograph* / edited by M. Bezpartochnyi, in 3 Vol. / Higher School of Social and Economic. Przeworsk: WSSG, №3, 316-325. DOI: <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.9731429.v1> [in Poland].
3. Peniak, Y.S., Belyaeva, L.A., & Lukin, V.A. (2022) Principles and quality characteristics in international and national accounting systems // *Monographic series «European Science»*. Book 8. № 3, 6-15. "Science for modern man", Karlsruhe, Germany. Retrieved from: <https://desymp.promonograph.org/index.php/sge/issue/view/sge08-03/sge08-03> [in German].
4. Pushkar, I.V. & Shishkina, A.V. (2022). Osoblyvosti oblikovo-analitychnoho zabezpechennia upravlinnia zapasamy [Features of accounting and analytical support for inventory management]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (44). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-74> [in Ukrainian].
5. Ialoveha, L., Leha, O., & Pryidak, T. (2022). Oblikovo-analitychna systema subiektiv hospodariuvannia: teoretychni aspekty, skladovi ta metodychne zabezpechennia [Accounting and analytical system of business entities: Theoretical Aspects, Components and Methodological Support]. *Prychornomorski ekonomichni studii*, (78). DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.78-20> [in Ukrainian].
6. Doroshenko, O., & Popchuk, D. (2023). Ryzyk-menedzhment: rol oblikovo-analitychnoho zabezpechennia pidpriemstva [Risk management: the role of accounting and analytical support of the enterprise]. *Bulletin of the National University of Water and Environmental Engineering*, 1(101), 24-32. DOI: <https://doi.org/10.31713/ve120233> [in Ukrainian].
7. Nepran, A., Solopun, N., & Postolna, N. (2023). Vykorystannia systemy upravlinnia zapasamy «minimum-maksimum» pry obgruntuvanni rozmiriv zakupivel instrumentiv. [The use of the "minimum-maximum" inventory management system in substantiating the size of purchases of tools]. *Problemy i perspektyvy rozvytku pidpriemnytstva*, (30), 86-95. DOI: <https://doi.org/10.30977/ppb.2226-8820.2023.30.86> [in Ukrainian].
8. Soliar V. (2021). Factors and phase of economic competitiveness - their manifestation in Ukraine. *Management, finance, economics: modern problems and ways of their solutions: collective monograph* / Zhydovska N., International Science Group. Boston : Primedia eLaunch, 174-179. DOI: <https://doi.org/10.46299/ISG.2021.MONO.ECON.I> [in USA].
9. Onyshchenko, O., Bukharina, O., Tupikina, A. (2021). Features of inventory management in logistics system of a trading enterprise. *Management and entrepreneurship: trends of development*, 4 (10), pp. 94-107. URL:<https://doi.org/10.26661/2522-1566/2019-4/10-08> [in Ukrainian].
10. Pysarenko, T.M., & Moskovchuk, A.T. (2020). Strategic Accounting of Inventories at an Industrial Enterprise. *CURRENT CHALLENGES OF SCIENCE AND EDUCATION «Sci-conf.com.ua»MDPC Publishing*, Berlin, Germany, 1(16 (61)), 105-111 DOI: <https://doi.org/10.36910/6775-2707-8701-2019-16/61-11>. [in German].

The article was received by the editors 21.07.2023

The article is recommended for printing 15.09.2023

Наукове видання

ФІНАНСОВО-КРЕДИТНІ СИСТЕМИ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць

Випуск 3(10)2023

Українською та англійською мовами

Підписано до друку 02.10.2023. Формат 60x84/8.
Обл.-вид. арк. 5,3. Ум. друк. арк. 4,3. Наклад 100 пр.
Замовлення № 17/23.

Видавець і виготовлювач
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна.
61022, Харків, майдан Свободи, 4,
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3367 від 13.01.09

Видавництво Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
Тел. +38-057-705-24-32