

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ПРОДОВОЛЬСТВА УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАУКИ І ТЕХНОЛОГІЙ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА
UNIVERSITY OF SILESIA IN KATOWICE, POLAND
UNIVERSITY OF BIALYSTOK, POLAND
INSTITUTE OF MANAGEMENT ECONOMICS, Z.S., LITOMERICE, CZECH REPUBLIC
SLOVAK ACADEMY OF AGRICULTURAL SCIENCES, SLOVAK REPUBLIC
BRATISLAVA UNIVERSITY OF ECONOMICS AND MANAGEMENT, SLOVAK REPUBLIC
SCHOOL OF BUSINESS AND ECONOMICS, ADAMAS UNIVERSITY, KOLKATA, INDIA



ЗБІРНИК ТЕЗ

**Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
«ВДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОГО
МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ, СІЛЬСЬКИХ
ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ ТА КРАЇН V-4»**

**“IMPROVEMENT OF THE FINANCIAL AND CREDIT
MECHANISM FOR ENSURING INNOVATIVE DEVELOPMENT
OF THE AGRICULTURAL SECTOR OF ECONOMY, RURAL
TERRITORIES OF UKRAINE AND COUNTRIES V-4”**

Частина I

2 червня 2022 р.

Україна, м. Дубляни

Папірник С. Є. ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЙ КОНЦЕНТРАЦІЇ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ	87
Пилип'як О.В., Магійович Р.І. ДІЯЛЬНІСТЬ СТРАХОВОГО РИНКУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ.....	89
Прокопишин О. С., Дранус В. В. СТРАХУВАННЯ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА ЗОВНІШНЬО- ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	92
Смолінський В.Б. ЕКОЛОГІЧНЕ СТРАХУВАННЯ ЯК ШЛЯХ ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА ЗБИТКИ ДОВКІЛЛЮ.....	95
Томашевський Ю.М. НЕОБХІДНІСТЬ КОРИГУВАННЯ ТАРИФНИХ СТАВОК ПРИ СТРАХУВАННІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ КУЛЬТУР.....	98
СЕКЦІЯ 3: УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В РИНКОВИХ УМОВАХ SECTION 3: FINANCIAL MANAGEMENT OF BUSINESS ENTITIES IN MARKET CONDITIONS	
Katarzyna Wierzbicka INNOVATION ACTIVITY IN ENTERPRISES.....	102
Онисько С. М., Лизак М. П. ПЕРЕДУМОВИ ОБГРУНТУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ФІНАН- СОВО-ЕКОНОМІЧНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПО- ДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	103
Слав'юк Р.А ФІНАНСОВІ ТА ОБЛІКОВІ ПІДХОДИ ДО ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	105
Васьківська К. В. ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	108
Павленчик Н.Ф., Павленчик А.О. ОРГАНІЧНА ЄДНІСТЬ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ: ФІНАНСОВИЙ АСПЕКТ.....	111
Балаш Л.Я., Лисюк О. В., Малець Д. Р. МАТРИЧНІ МЕТОДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	114
Булик О.Б. ВПЛИВ ПРОЦЕСІВ ЗЛИТТІВ ТА ПОГЛИНАНЬ НА КОНКУРЕНТО- СПРОМОЖНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	118

ціна, що зрівняє попит і пропозицію. За такої взаємодії між виробниками та споживачами формується ціна. У ході ринкового обміну ціна встановлюється за допомогою зіставлення суспільно необхідних затрат і корисності товару. З економічного і соціального поглядів вона повинна задовольнити споживача у корисності товару і забезпечувати повернення витрат виробнику, понесених на його виробництво. Надто високі ціни можуть призвести до скорочення попиту на продукцію, і вона не знайде збуту. Низькі ціни не забезпечать повернення понесених витрат виробнику, а її виробництво стане збитковим, тоді як для споживачів низька ринкова ціна відповідатиме їх платоспроможності.

Оскільки ринок, як сукупність добровільних угод у процесі обміну, виступає особливим засобом досягнення мети, то мета виробника не лише могла б узгоджуватися з метою споживача, а й певною мірою знайти з боку споживача розуміння і сприяння в її досягненні. За таких умов ціна могла б слугувати не лише гнучкою основою передачі інформації, а й основою для створення механізму, який ніс би відомості кожному окремому виробнику про обсяги виробництва і його входження у певну технологічну ланку виробництва того чи іншого виду продукції в регіоні. У такий спосіб можна досягти динамічної стабільності обсягів виробництва продукції різних видів виробниками певного регіону. Це дало б змогу не лише узгодити пропозицію відповідно до суспільних потреб на окремі види продукції, а й забезпечити формування доходів господарюючих суб'єктів.

Балаш Л.Я., к.е.н., доцент

Львівський державний університет безпеки життєдіяльності

Лисюк О.В., к.е.н., доцент

Львівський національний університет природокористування

Малець Д.Р., студент

Львівський державний університет безпеки життєдіяльності.

МАТРИЧНІ МЕТОДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Забезпечення конкурентоспроможності неможливе без детального дослідження підприємства та показників його діяльності. Часто дослідження здійснюється на інтуїтивному рівні управлінською ланкою компанії. Однак, такий варіант не може гарантувати вірних результатів. Сьогодні існує безліч методів дослідження конкурентоспроможності підприємства. З їх допомогою можна провести ефективно і найбільш точне дослідження [1].

До найбільш ефективних методів дослідження відносяться матричні методи. Матричні методи забезпечення конкурентоспроможності підприємства базуються на використанні матриць – таблиць впорядкованих по рядках та стовпцях. Матричні методи забезпечення конкурентоспроможності підприємства включають наступні:

- матриця Бостонської Консалтингової групи;
- SWOT-аналіз.

Матриця Бостонської Консалтингової Групи – інструмент для оцінки ефективності забезпечення конкурентоспроможності підприємства, місця підприємства на ринку. З допомогою матриці БКГ можна дослідити якість забезпечення конкурентоспроможності в сфері виробництва та перспективи розвитку у даному напрямку [2].

Матриця Бостонської Консалтингової Групи поділено на 4 поля, назва кожного з яких залежить від відносної частки ринку та темпів росту.

Відносна частка ринку – показник, що відображає відношення між часткою ринку, яку займає підприємство та загальним обсягом ринку. Частка ринку підприємства може бути малою або великою. На матриці відкладається по горизонталі. Темп росту – показник, що відображає динаміку, річний темп зростання продукції. Може бути низьким або високим, відкладається по вертикалі. Відповідно до позицій у матриці визначають чотири типи товарів. Виділяють товари «важкі діти», «зірки», «собаки», «дійні корови»

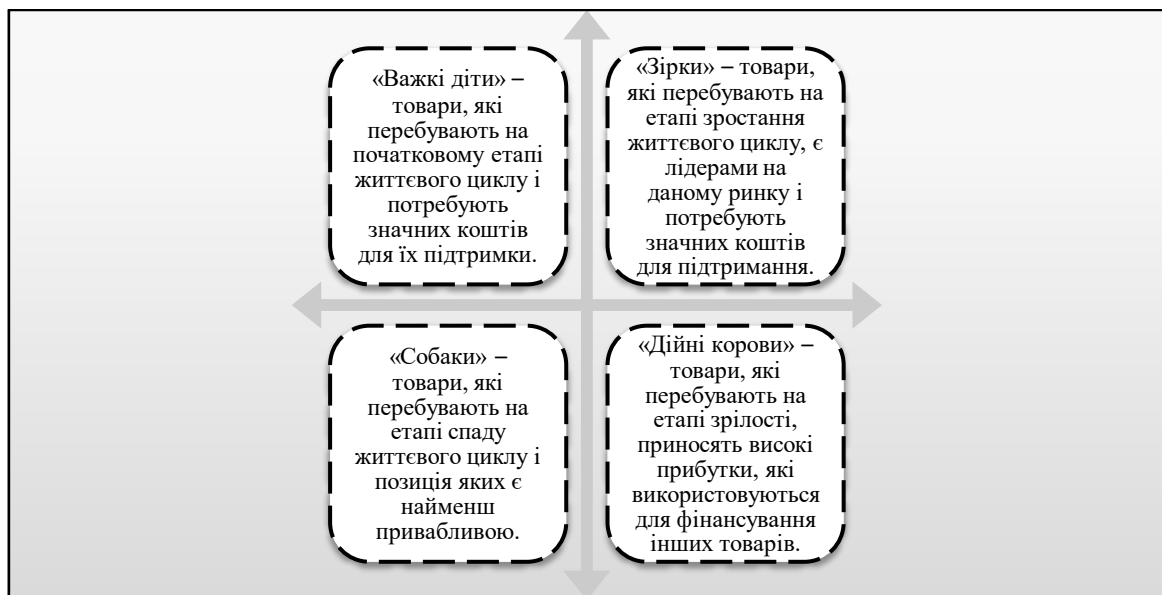


Рис 1. Матриця Бостонської Консалтингової Групи

Матриця Бостонської Консалтингової групи розглядає групи товарів залежно від темпів росту ринкового попиту на них, співвідношення частки

ринку товарів певної фірми до відповідної частки основного конкурента. На рисунку 1 проілюстровано місце кожної категорії.

За даними матриці БКГ можна визначити конкурентоспроможність кожного з види товарів, а відповідно і конкурентоспроможність виробництва підприємства. Матриця дозволяє оцінити якість забезпечення конкурентоспроможності підприємства в цілому.

За допомогою матриці БКГ можна дослідити рівень забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку, якість забезпечення конкурентоспроможністю в сфері виробництва та перспективи розвитку у даному напрямку.

Досить поширеним методом в групі матричних методів є також і побудова SWOT-аналізу. SWOT-аналіз – це ефективний інструмент, який дозволяє визначити сильні і слабкі сторони бізнесу, визначити ризики і майбутнє процвітання за рахунок всебічного аналізу [1].

За допомогою такого методу можна визначити конкурентні переваги фірми, рівень забезпечення конкурентоспроможності, можливості покращення конкурентної стратегії та способи підвищити позицію підприємства на окремому сегменті ринку.

SWOT-аналіз передбачає, що для успішного розвитку підприємства в конкурентоспроможності необхідно враховувати 4 характеристики (рис. 2).

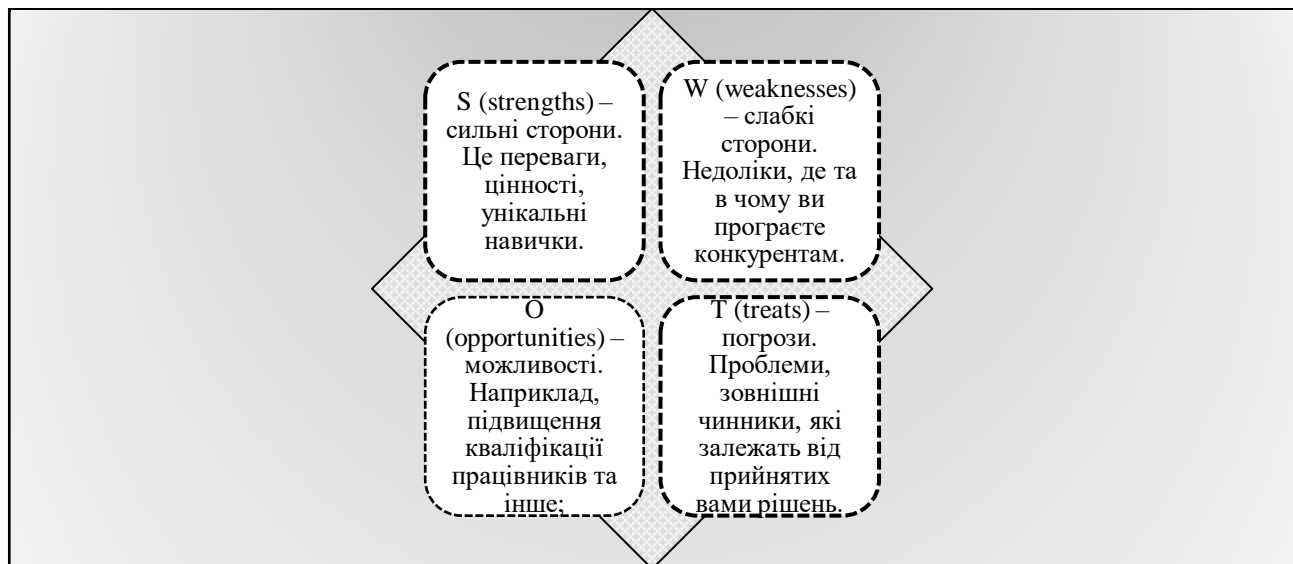


Рис 3. SWOT-аналіз

За рахунок сильних сторін фірма збільшує продажі, присутність на ринку, відчуває впевненість у конкурентній боротьбі. Слабкі сторони гальмують зростання прибутку, заважають розвитку, тягнуть назад. Можливості – це важелі, які знаходяться в руках бізнесу та піддаються прямому впливу. Загрози або проблеми – фактори, які створюють ризик для діяльності підприємства і

рівня конкурентних переваг. Для розрахунку SWOT-аналізу потрібно виконати 7 кроків. Крок 1 – виписати основні цілі та завдання підприємства. Крок 2 – занести до списку сильні та слабкі сторони.

Крок 3 – згрупувати відповіді в таблицю, дати їм назви – сильні та слабкі сторони. Крок 4 – виписати можливості компанії, підприємства. Дивитись на переваги. Визначити, які внутрішні ресурси допоможуть усунути недоліки. Крок 5 – визначити ризики, які можуть гальмувати стратегію розвитку. Це зовнішні чинники – боротьба конкурентів, зміна законодавства, природні чинники, політичні та інше. З'ясувати все, до чого потрібно бути готовим на ринку. Крок 6 – занести можливості та ризики до таблиці. Оцінити, як можна використовувати "силу" для подолання "слабкості" та ефективного захисту від неконтрольованих факторів. Крок 7 – спроектувати стратегію розвитку конкурентоспроможності з урахуванням отриманих даних [3].

Отже, можна зробити висновок, що матричні методи – це методи, які дають можливість за короткий час та з найменшими витратами отримати повну і достовірну інформацію, яка дозволить з мінімальною погрішністю об'єктивно, кількісно і якісно оцінити конкурентні переваги підприємства і їх потенціал.

За допомогою матричних методів можна визначити ефективність забезпечення конкурентоспроможності підприємства та сформулювати шлях подальшого розвитку підприємства у конкурентній боротьбі.

Список використаних джерел

1. Мазоренко О.В., Майстренко О.В. Методичний інструментарій стратегічного планування. *Питання стратегічного управління*. 2015. Вип. 6. С. 373-376.
2. Дикань В.Л. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства : вісник економіки транспорту і промисловості. Київ : Знання, 2015. 105 с.
3. Журавель Н.О. Використання SWOT-аналізу при визначенні відносин підприємства з постачальниками. *Актуальні проблеми управління*. 2013. Вип. 12. С. 123-126