

майбутнього післявоєнного розвитку та процвітання. Розвиток і процвітання закладаються, коли розробляються інновації, які залучають необхідні суспільству ресурси, що має важливе значення для довгострокового та сталого економічного розвитку.

### Література

1. Post-World War II economic boom - Statistics & Facts. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statista.com/topics/8096/post-wwii-economic-boom/#topicOverview>
2. Cost to Ukraine of Conflict with Russia. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cebr.com/wp-content/uploads/2022/02/Cost-to-Ukraine-of-Conflict-with-Russia-a-Cebr-report-February-2022.pdf>
2. Cost to Ukraine of Conflict with Russia. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cebr.com/wp-content/uploads/2022/02/Cost-to-Ukraine-of-Conflict-with-Russia-a-Cebr-report-February-2022.pdf>
3. Indicators. World Bank. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://data.worldbank.org/indicator>
4. Phil Hatch. (2022). Ukraine: Post-War Economic & Workforce Development. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <file:///C:/Users/Zver/Downloads/SSRN-id4130587.pdf>

**Ситніков В.В.**

Національний університет «Києво-Могилянська академія»,  
студент БП-4, «Економіка»

## ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах питання стратегічного розвитку підприємства є особливо актуальним, оскільки забезпечує його ефективне функціонування. Стратегія розвитку підприємств дозволяє не тільки розробити результативні методи досягнення отримання прибутку, включаючи аналіз внутрішніх та зовнішніх чинників, розробку і впровадження стратегії, а також й контроль та оцінку результатів. Підприємство, що ретельно планує свої дії та активно працює над своїм розвитком, здатне пристосовуватися до змін в економічному середовищі, змінювати свою стратегію, відповідати на змінні потреби ринку і зберігати конкурентоспроможність. Актуальність даного дослідження підтверджується тим, що вибір, розробка та функціонування стратегії розвитку підприємства є ключовими факторами для досягнення конкурентних переваг на ринку і стійкого зростання підприємства в будь-який період часу.

Основна стратегічна мета будь-якого бізнесу полягає в досягненні росту та розвитку. Розвиток є необхідним для забезпечення конкурентоспроможності підприємства, розширення його ринкової позиції та забезпечення сталого успіху у довгостроковій перспективі [3]. Як приклад, можна навести відомий вислів: якщо бізнес не знаходиться в стані постійного розвитку, він втрачає свою життєздатність через конкурентну боротьбу. Тому, для забезпечення своєї життєздатності та успішної конкуренції, бізнес повинен розробити стратегію, спрямовану на підтримку або подальший розвиток себе.

Розробка стратегії є важливим процесом, що допомагає підприємству зрозуміти, які кроки потрібно зробити, щоб забезпечити успішне зростання бізнесу в майбутньому. Ключовими етапами розробки стратегії розвитку є розробка місії та цілей підприємства, аналіз зовнішнього та внутрішнього оточення підприємства, визначення своїх переваг над конкурентами, вибір стратегії розвитку на основі результатів аналізу та визначення переваг, розробка детального плану дій та реалізації, моніторинг та оцінка реалізації стратегії розвитку та внесення коректив у разі потреби [3]. Завдяки розробці стратегії компанії мають чіткий план свого шляху на майбутній період, а впровадження стратегії розвитку значно покращує результати функціонування, розвиває позиції підприємства на конкурентному ринку.

Вибір тої чи іншої стратегії залежить від конкретного підприємства та його можливостей. Наприклад, фірма може вибрати стратегію концентрованою, інтегрованою чи диверсифікованого росту.

Стратегія концентрованою зростання – фокусується на певній групі клієнтів або конкретному продукту. Ця стратегія включає в себе пряму концентрацію на такі фактори як:

- проникнення на ринок;
- розвиток ринку;
- розробка продукту;

Стратегія інтегрованою зростання – це стратегія розвитку шляхом поєднання двох чи більше фірм. Компанії об'єднуються задля створення великого підприємства [3].

Стратегія диверсифікації полягає у розширенні частки ринку або виходу на нові ринки шляхом запуску або придбання нових продуктів. Це дозволяє компанії зростати з допомогою розширення частки ринку існуючому ринку чи розширення присутності ринку. По суті, диверсифікація включає інновації та руйнування ринку [3].

Прикладом підприємства, що використовує стратегію концентрованою зростання та має високий рівень ефективності, є ПрАТ Київстар – один з провідних операторів зв'язку в Україні, що спеціалізуються на мобільних та фіксованих телекомунікаційних послугах [1, с. 35]. Київстар використовує стратегію концентрованою зростання, орієнтуючись на розвиток своїх основних бізнес-напрямків у сфері телекомунікацій. Компанія сфокусована на розширенні мережі, розвитку нових послуг та збільшення обсягів користувачів [1, с. 41]. Ці принципи дозволили даному підприємству зайняти сильне положення на ринку телекомунікацій в Україні та досягти високого рівня ефективності. Київстар продовжує розвиватися, адаптуватися до змін в галузі та забезпечувати якісні послуги своїм клієнтам, що дозволяє їм залишатись конкурентоспроможними та успішними на ринку (табл. 1).

Таблиця 1

**Оцінка конкурентоспроможності операторів мобільного зв'язку в Україні**

<b>Показники</b>	<b>Київстар</b>	<b>Lifecell</b>	<b>Vodafone</b>
Ціна послуги	7	9	9
Рівень якості	9	5	7
Маркетинг	8	8	8
Репутація	9	6	7
Наявність сервісних центрів	9	6	7

*Джерело: [2, с. 32]*

Як видно з таблиці, хоча компанія поступається наявним у країні конкурентам у цінах за надані послуги, однак має переваги не тільки на рівні якості, репутації та маркетингу, а й наявною кількістю сервісних центрів для обслуговування клієнтів. Постійний розвиток і удосконалення дозволяють підприємству залишатися лідером, реагувати на зміни в сфері телекомунікацій і використовувати нові технології та інновації. Це сприяє зміцненню позицій на ринку, залученню нових клієнтів.

Підсумовуючи, можна відмітити, що стратегія розвитку підприємства залишається необхідним фактором успіху, незалежно від часу, оскільки вона визначає напрямки розвитку, цілі і стратегії підприємства, сприяючи його стійкому зростанню. Використання правильної стратегії, яка враховує особливості підприємства та його ринкову позицію, може допомогти досягти конкурентної переваги на ринку. Прикладом успішного застосування стратегії концентрованою зростання в Україні є ПрАТ Київстар. Постійна увага до якості послуг та задоволення потреб клієнтів дозволяє підприємству зберігати свою репутацію та будувати довгострокові відносини з клієнтами, що позитивно впливає на збільшення його прибутковості.

## Література

1. Ващук Ю. Дипломна робота на тему: «Підвищення ефективності управління ресурсним потенціалом підприємства ПрАТ «Київстар» в умовах пандемії»: Диплом. Київ, 2021. 108 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://dut.edu.ua/repozitorii/econom/2021/Ващук\\_ЕПД%2041\\_Диплом\\_.pdf](https://dut.edu.ua/repozitorii/econom/2021/Ващук_ЕПД%2041_Диплом_.pdf) (дата звернення 05.07.2023)
2. Овчаренко В. М. Умови забезпечення інвестиційної привабливості українських підприємств у міжнародному бізнесі: Кваліфікаційна (магістерська) робота: 292. Вінниця, 2022. 95 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://jarch.donnu.edu.ua/article/download/13502/13408> (дата звернення 07.07.2023)
3. Етапи процесу розробки стратегії підприємства. Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепції. Київ. С. 16. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studfile.net/preview/5705909/page:16/> (дата звернення 07.07.2023)

Тептюк Д. С.

Національний університет «Києво-Могилянська академія»,  
студент БП-4, «Економіка»

## ПЛАТІЖНИЙ БАЛАНС ЯК ІНСТРУМЕНТ АНАЛІЗУ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ РИЗИКІВ КРАЇН

Платіжний баланс є фундаментальною концепцією макроекономіки, що дає змогу зрозуміти та проаналізувати економічні операції країни з рештою світу. Він складається з трьох основних рахунків: рахунку поточних операцій, рахунку операцій з капіталом та фінансового рахунку. У цій роботі я сфокусуюсь на тому, яким чином цей інструмент може використовуватись для аналізу макроекономічних ризиків країни.

**Виклад основного матеріалу.** Термін “ризиків країн” вказує на ризики, що пов’язані з веденням економічної діяльності за кордоном. Науковий дискурс ризику країн не є однотайним у сприйнятті цього явища, тому одні науковці трактують цей термін як суто негативне відхилення від норми, а інші вважають, що воно може бути як негативним, так і позитивним. Також існує загально-прийнята класифікація ризиків країн, що поділяє їх на соціально-політичні, економічні та природні.

Існуючі методики вимірювання ризиків країн поділяються на кількісні та якісні. Кількісні методи використовують математичні та економетричні моделі для оцінки ризиків. Такими можуть бути: аналіз дискримінантів, LOGIT або PROBIT моделі, регресійний аналіз, Монте-Карло симуляції, VaR методика та інші. Якісні методи включають загальну оцінку макроекономічних індикаторів та стану країни. Під час якісного оцінювання ризиків країн прийнято досліджувати: соціальне благополуччя і добробут країни; основні макроекономічні показники; еволюцію, структуру та величину зовнішньої заборгованості; стан внутрішньої фінансової системи; державне управління та прозорість; політичну стабільність, тощо. До якісних методів належить і аналіз платіжного балансу [1].

Аналіз платіжного балансу варто проводити в комплексі з іншими якісними індикаторами і з розумінням кон’юнктури та особливостей економіки країни, адже один і той самий показник платіжного балансу для однієї країни буде індикатором ризику, а для іншої просто характерною ознакою. Також важливим є проведення аналізу в динаміці, тобто порівнюючи показники декількох років.

Найпершим індикатором ризику є загальне сальдо платіжного балансу, яке обраховується за формулою: сума рахунку поточних операцій + сума рахунку капіталу - сума фінансового рахунку. Позитивне сальдо або ж профіцит вважається показником певної макроекономічної стабільності країни. Якщо платіжний баланс *дефіцитний*, це є індикатором ризику, адже створює тиск на внутрішню валюту та на резерви центрального банку, що при постійності може