

УДК 368; 339.137.2

Терещенко Г. М.

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник, завідувач відділу фінансових ринків НДФІ ДННУ "Академія фінансового управління", Київ, Україна, tganna@ukr.net

Лис Н. П.

аспірант НДФІ ДННУ "Академія фінансового управління", Київ, Україна, LysNadya@ukr.net

ГЛОБАЛЬНА ІННОВАЦІЙНА ГІПЕРКОНКУРЕНЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

Розглянуто основні ознаки глобальної інноваційної гіперконкуренції, проведено аналіз її впливу на розвиток компаній вітчизняного страхового ринку. Відкритість національних економік, глобалізація господарських зв'язків, трансферт технологій надали конкуренції між страховими суб'єктами глобального характеру. Окреслено ознаки впливу інформаційно-комунікаційних технологій на національний страховий ринок. Виявлено головний фактор забезпечення достатнього рівня конкурентоспроможності вітчизняних страховиків в умовах розвитку глобальної інноваційної гіперконкуренції. Представлено управління гіперконкурентним розвитком глобального страхового ринку при використанні домінуючих інновацій. Глобалізація страхового ринку дедалі інтенсивніше веде до жорсткої боротьби між компаніями за нові знання, право контролю й регулювання ресурсів, інформаційних і фінансових потоків, за частку на національному страховому ринку, власність на інтелектуальний та інформаційний капітал, за право контролювати й управляти фінансовими процесами. Це визначає їхнє статусне лідерство, високий імідж та конкурентоспроможність на глобальному страховому ринку. Подано рекомендації щодо застосування провідними страховими компаніями України стратегії агресивного інноваційно-технологічного лідерства або глобальної інноваційної гіперконкурентності. Найважливішими її елементами визначено методи активної гіперконкурентної боротьби та інноваційно-управлінського випередження.

Ключові слова: гіперконкуренція, глобальна інноваційна гіперконкуренція, страхова компанія, страховий ринок, інформаційно-комунікаційні технології, інновації.

Літ. 8.

Терещенко А. Н.

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник, завідувач відділом фінансових ринків НИФИ ГУНУ "Академія фінансового управління", Київ, Україна

Лыс Н. П.

аспірант НИФИ ГУНУ "Академія фінансового управління", Київ, Україна

ГЛОБАЛЬНАЯ ИННОВАЦИОННАЯ ГИПЕРКОНКУРЕНЦИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ

Рассмотрены основные признаки глобальной инновационной гиперконкуренции, проведен анализ ее влияния на развитие компаний отечественного страхового рынка. Открытость национальных экономик, глобализация хозяйственных связей, трансферт технологий придали конкуренции между страховыми субъектами глобальный характер. Определены признаки влияния информационно-коммуникационных технологий на национальный

© Терещенко Г. М., Лис Н. П., 2017

страховой рынок. Выявлен главный фактор обеспечения достаточного уровня конкурентоспособности отечественных страховиков в условиях развития глобальной инновационной гиперконкуренции. Представлено управление гиперконкурентным развитием глобального страхового рынка при использовании доминирующих инноваций. Глобализация страхового рынка все интенсивнее ведет к конкурентной борьбе между компаниями за новые знания, право контроля и регулирования ресурсов, информационных и финансовых потоков, за долю на национальном страховом рынке, собственность на интеллектуальный и информационный капитал, за право контролировать и управлять финансовыми процессами. Это определяет их статусное лидерство, высокий имидж и конкурентоспособность на глобальном страховом рынке. Представлены рекомендации по применению ведущими страховыми компаниями Украины стратегии агрессивного инновационно-технологического лидерства или глобальной инновационной гиперконкуренции. Важнейшими ее элементами определены методы активной гиперконкурентной борьбы и инновационно-управленческого опережения.

Ключевые слова: гиперконкуренция, глобальная инновационная гиперконкуренция, страховая компания, страховой рынок, информационно-коммуникационные технологии, инновации.

Ganna Tereshchenko

Ph. D. (Economics), Senior Research Fellow, SESE "The Academy of Financial Management", Kyiv, Ukraine, tganna@ukr.net

Nadiia Lys

SESE "The Academy of Financial Management", Kyiv, Ukraine, LysNadya@ukr.net

GLOBAL INNOVATIVE HYPERCOMPETITION AND ITS IMPACT ON THE ACTIVITIES OF DOMESTIC INSURANCE COMPANIES

The article is focused on the main features of global innovative hypercompetition and its impact on the development of the domestic insurance companies. The openness of national economies, the globalization of economic relations, technology transfer have given the competition between insurance entities a global nature. The authors define the signs of the impact of ICT on the current domestic insurance market and determine the main factors to ensure a sufficient level of competitiveness of domestic insurance companies in terms of global innovative hypercompetition. Hypercompetition management of the global insurance market with the use of dominant innovations is presented. The globalization of the insurance market leads more intensely to a fierce competition between insurance companies for new knowledge, for the right to control and regulate resources, information and financial flows, a share in the national insurance market, ownership of intellectual and information capital, the right to control and manage financial processes, determining their status of leadership, high image and competitiveness in the global insurance market. The authors provide recommendations on the application of a strategy of aggressive innovation and technological leadership or a strategy of global innovative hypercompetition by Ukrainian insurance companies. The most important elements that define active methods of hypercompetition are its hypercompetition struggle and advanced innovation management.

Key words: hypercompetition, global innovative hypercompetition, insurance company, insurance market, information and communication technology, innovation.

JEL classification: G22, O33, P45.

Ринок страхових послуг залишається одним із найбільш капіталізованих серед інших небанківських фінансових ринків. Загальна кількість страхових

компаній на початок 2016 р. становила 361. Зазначимо, що вона має тенденцію до зменшення. Так, порівняно з 2014 р. у 2015 р. їх кількість зменшилася на 21, а порівняно з 2013 р. – на 46. Крім того, діяльність компаній ускладнена низкою проблем: тривалим періодом ігнорування страхового ринку регуляторами; виходом “слабких гравців”; інвестиційними обмеженнями. Особливої актуальності проблеми розвитку страхових компаній в Україні набувають у зв’язку з подальшою лібералізацією фінансового сектору та поступовою появою потужних іноземних страхових компаній. Тож виникає необхідність забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних страхових компаній і відповідного рівня капіталізації [1].

Водночас усесвітній розвиток інформаційно-комунікаційних технологій має вплив на всі сфери суспільного життя людей, особливо – на розвиток вітчизняного страхового ринку.

Теоретичні засади й прикладні проблеми конкурентоспроможності міжнародних компаній та розвитку глобальної гіперконкуренції досліджено в працях таких зарубіжних та вітчизняних учених, як Р. Авені [2], М. Брун [3], Н. Ракітіна [4], А. Городенко [5], О. Плахотнік [6]. Попри це, потребує більш детального аналізу вплив глобальної інноваційної гіперконкуренції на діяльність вітчизняних страхових суб’єктів та сучасного страхового ринку загалом, що і є метою статті.

Насамперед слід виокремити основні ознаки впливу технологій на сучасний вітчизняний страховий ринок:

- інноваційна інформаційно-мережева економіка, у котрій нові знання є визначальним фактором економічного розвитку й глобального лідерства страхових організацій, а інформаційно-мережева взаємодія (координація, діяльність, управління в мережі Інтернет) дає змогу швидко й гнучко адаптуватися до динамічних змін у галузі;
- ринкове середовище, де стрімко зростає значення глобальних закономірностей розвитку й наднаціональних органів регулювання та управління;
- ринок, що визначається стабільними гнучкими змінами та високим динамізмом;
- ринок, обумовлений усе більш нерівномірним розвитком країн, на якому в результаті конкурентної боротьби виділяються й домінують над іншими країни-лідери, котрі безперервно змагаються за глобальну першість;
- конкуренція, що постійно вдосконалюється та посилюється, тобто гіперконкуренція;
- економіка, в якій процеси стають усе більш програмованими та керованими, а класичний механізм стихійного ринкового саморегулювання практично повністю атрофується;
- економіка, де постійно зростає ентропія, для подолання якої необхідно використання нових нетрадиційних факторів і креативних джерел розвитку.

На страховому ринку якісно змінюються основні концепції, методи, моделі й механізми конкурентної боротьби між вітчизняними компаніями на національному, міжрегіональному, регіональному мікро- й нанорівнях.

Загострення суперечностей позначається практично на всіх рівнях і сегментах як міжнародного, так і національного страхового ринку. Відкритість економік та глобалізація зв'язків між ними, трансферт технологій надали конкуренції між страховиками глобального характеру. Конкурентоспроможність їхніх продуктів стала головною умовою успіху в їхній господарській діяльності [5, с. 41].

Таким чином, нині слід говорити про виникнення якісно нового виду конкуренції на страховому ринку, а саме гіперконкуренції. Тобто йдеться про управління гіперконкурентним розвитком глобального страхового ринку в умовах використання домінуючих інновацій. Вони й зумовлюють вертикально-горизонтально-мережеву інтеграцію у світових масштабах і включають сучасні методи програмного управління впливу на мету, мотиви, інтереси потреби та економічну поведінку партнерів, потенційних конкурентів, споживачів із метою отримання планових фінансових результатів та здобуття передових позицій на страховому ринку.

Поняття “гіперконкуренція” детально дослідив Р. Авені. На його думку, вона характеризується “постійно зростаючим суперництвом у формі товарних інновацій, які інтенсивно проявляються, агресивною конкуренцією цін і компетентностей, експериментуванням із новими підходами до обслуговування потреб споживачів”. Р. Авені використовує цей термін для опису середовища галузі, що характеризується інтенсивними та динамічними діями конкурентів, спрямованими на отримання ринкової першості та нівелювання переваг конкурентів [2].

Професор Базельського університету М. Брун під поняттям “гіперконкуренція” розуміє ситуацію, коли підприємства все більше піддаються сукупному впливу досі ізольованих один від одного конкурентних факторів, що призводить до виникнення багатоаспектної, динамічної й агресивної конкуренції [3]. Він виокремлює такі характерні ознаки гіперконкуренції:

- гіперконкуренція одночасно охоплює кілька сфер, найважливішими з яких є витрати, якість, терміни, ноу-хау, створення ринкових бар'єрів, зміцнення фінансового становища. В умовах гіперконкуренції менеджмент не може зосереджувати зусилля лише на одному з конкурентних параметрів, їх необхідно враховувати одночасно;
- підприємствам треба брати до уваги багатоаспектний характер гіперконкуренції. Вона може існувати на різних рівнях: на товарних ринках; у секторі ресурсів; між різними підприємницькими концепціями; у складі об'єднання підприємств, коли компанія бореться із суперниками не одна, а в союзі з іншими виробниками, постачальниками, партнерами по кооперації, торговими посередниками. Багатоаспектність гіперконкуренції проявляється також у тому, що підприємство на схожу ситуацію, але на різних ринках, реагує неоднаково. При застосуванні концепції так званої багатоточкової конкуренції (гіперконкуренції) цілком можлива діаметрально протилежна ринкова поведінка суб'єкта діяльності в різних ключових напрямках (наступальна, оборонна і т. ін.);
- динамічний розвиток ринку. Позиції конкурентів і розмежування сил змінюються дуже інтенсивно. Динаміка втілюється в безперервному

проникненні нових і вихід з ринку старих конкурентів, появі нових видів послуг, у великій кількості об'єднань підприємств та ін. Прогнозувати ситуацію набагато складніше та проблематичніше, терміни прогнозів стають дедалі коротшими;

- зростаюча агресивність учасників ринкового суперництва. Поведінка підприємств стає менш миролюбною. Проводяться прямі атаки для ослаблення конкурентів, причому з порушенням правових засад. Мета такої агресії полягає в порушенні рівноваги в розкладі сил конкурентів. Особливо часто для цього використовується агресивна цінова політика [3].

В умовах глобалізації ринку стає все інтенсивнішою конкурентна боротьба між страховими компаніями за нові знання, право контролю й регулювання ресурсів, інформаційних і фінансових потоків, за частку на національному ринку, власність на інтелектуальний та інформаційний капітал, за право контролювати й управляти фінансовими процесами. Це визначає їхнє статусне лідерство, позитивний імідж та конкурентоспроможність на глобальному страховому ринку.

На нашу думку, головним фактором, що забезпечує достатній рівень конкурентоспроможності вітчизняних компаній, є випереджальні інновації й нові методи ведення гіперконкурентної боротьби. Головним творчим суб'єктом створення цих інновацій, що забезпечують успіх у конкурентній боротьбі, є людина-інноватор, тобто людський капітал.

Слід зазначити, що на страховому ринку відбувається зміна методологічних підходів до аналізу конкурентоспроможності підприємств. По-перше, якщо досі глобальна й національна конкурентоспроможність компаній визначалася переважно на базі матеріальних та фінансових ресурсів, то зараз вона розширилася за рахунок інформаційних ресурсів, комунікаційних технологій та інтелектуального капіталу. По-друге, її потрібно розглядати багаторівнево й багатоаспектно, тобто це конкурентоспроможність: окремої страхової компанії чи групи (національна); об'єднань страхових компаній; міжнародна та глобальна інноваційна конкурентоспроможність. По-третє, при визначенні конкурентоспроможності компанії враховуються статика та динаміка економіки, структурні зміни, стан інтелектуального капіталу, розвиток фінансових інститутів, інформаційно-мережева гнучкість, рівень новізни в наданні страхових послуг, менеджмент, імідж на ринку.

Гіперконкуренція є засобом реалізації глобальної інноваційної стратегії. Щодо забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних страховиків, то прибуток отримує той, хто першим з-поміж інших використовує нововведення. Коли вони стають поширеними, то виробничі витрати вирівнюються й прибуток зникає. Старі продукти й попередні форми організації витісняються, виникає процес "творчого руйнування". Процвітання змінюється депресією. Реалізуються нові комбінації факторів, страхові підприємства адаптуються до нових умов. Основний імпульс надходить від нових споживчих благ і методів надання послуг на нових ринках, а також нових форм організації самих компаній.

Слід виокремити такі важливі властивості гіперконкуренції на страховому ринку, як інноваційна креативність фахівців (носіїв інформаційно-інтелектуального капіталу) та лідерство менеджменту компаній. Сьогодні передові позиції в глобальному масштабі забезпечуються використанням технологій інтеграції, інтелектуального капіталу, креативних здібностей працівників і менеджменту.

В умовах гіперконкуренції страховий ринок висуває на перше місце інноваційні підходи до надання послуг, що користуються універсальним, стійким і підвищеним попитом. Компанії прагнуть постійно оновлювати свій портфель інноваційних продуктів, які зумовляють менші витрати та мають якісніші споживчі властивості. Вони намагаються агресивно їх просувати для формування інтересу в потенційних споживачів. Саме це є найважливішими факторами глобальної інноваційної гіперконкуренції.

Успіх вітчизняних страховиків ґрунтується також на тому, що вони акумулюють значні ресурси й кошти та спрямовують їх на найбільш інноваційні дослідження, на вдосконалення та створення нових страхових послуг, на їхнє агресивне просування з метою виходу на перспективні сегменти (або захоплення традиційних) ринків.

Розвиток вітчизняних компаній передбачає розв'язання таких завдань:

- посилення стабільності й надійності страхового ринку України;
- надання поштовху розвитку особистого страхування;
- розбудова розгалуженої інфраструктури галузі;
- стимулювання створення нових продуктів, підвищення якості послуг та розширення їхнього переліку;
- удосконалення форм і методів нагляду за діяльністю суб'єктів страхової діяльності з урахуванням досвіду ЄС;
- забезпечення захищеності внесених громадянами страхових премій за договорами страхування та їхніх прав на одержання відповідних виплат;
- розроблення державної політики у сфері страхування, у тому числі стосовно підходів до підвищення ефективності обов'язкового страхування;
- чітке законодавче визначення кола учасників ринку, їхньої діяльності, прав та обов'язків;
- підготовка та підвищення кваліфікації спеціалістів;
- сприяння впровадженню сучасних технологій у сфері інформатизації страхової справи;
- підвищення страхової культури та фінансової грамотності учасників страхового ринку;
- забезпечення стимулюючого режиму оподаткування для потенційних страхувальників;
- формування ефективних інститутів досудового захисту їхніх прав;
- забезпечення прозорості інформаційного середовища ринку страхових послуг [8].

Зауважимо, що на страховому ринку гіперконкуренція залучає до простору трансформації не лише фактори, товари, послуги, а й основні маркетингові та управлінські технології й методи. Інноваційна гіперконкуренція глобального страхового ринку надзвичайно мінлива, динамічна, адаптивна

й мобільна. Як і кожна конкурентна перевага, вона не може існувати постійно, тож із часом нівелюється, втрачає силу. Тому вітчизняні страхові компанії, що реалізують стратегію глобального інноваційного лідерства, повинні: активно й безперервно інвестувати в нові розробки, у кваліфікованих фахівців та менеджмент реалізації продуктів; здійснювати захоплення та утримання інноваційних ніш і перспективних ринків розвитку; брати участь у міжнародних трансферах інновацій, щоб залишатися лідером на глобальному ринку. А це під силу тільки великим передовим корпораціям – світовим лідерам страхового ринку.

В умовах гіперконкуренції на цьому ринку безперервно з'являються нові конкурентні переваги, які знищують або нейтралізують відповідні переваги суперника, змінюючи традиційний ринковий статус і створюючи нерівносильний стан компаній. Це сприяє їхнім творчим змінам і трансформаціям.

Конкурентна перевага страховика – це тимчасове, мінливе явище. Тому провідні компанії за допомогою новітніх методів “на випередження”, креативного менеджменту, програмування й маніпуляційного управління фінансовою поведінкою потенційних конкурентів, споживачів і партнерів змушені постійно створювати та змінювати конкурентні переваги на новій інноваційно-технічній базі.

У зв'язку з цим для передових страхових компаній України головною стратегією має бути агресивне інноваційне лідерство, або стратегія глобальної інноваційної гіперконкурентності. Досвід її функціонування на сучасному страховому ринку показує: щоб захоплювати й зберігати лідируючі позиції, підприємствам необхідно не лише використовувати конкурентні переваги, інтеграцію бізнесу, рекомбінування компетентностей, а й перетворювати слабкі сторони на сильні. Це зазвичай здійснюється на засадах інноваційного оновлення, фінансового й статусного домінування, а також активного використання гнучких інтерактивних методів конкурентної боротьби. Своєю чергою, вони ґрунтуються на принципах випередження й програмування (управлінського маніпулювання) поведінки економічної діяльності потенційних суперників на ринку.

За таких обставин страхові лідери повинні:

- швидко засвоювати нові знання, передові методи боротьби, компетентності та менеджмент;
- здійснювати значні витрати на агресивно-випереджальну конкуренцію, долати національні кордони й протекційні бар'єри при швидкому виході на міжнародні фінансові ринки;
- захоплювати значні частки глобального страхового ринку та гнучко залучати до сфери своїх інтересів потенційно корисних партнерів.

На нашу думку, для провідних вітчизняних страхових компаній найбільш відповідною стратегією є агресивне інноваційно-технологічне лідерство, або стратегія глобальної інноваційної гіперконкурентності. Найважливіші її елементи – методи активної гіперконкурентної боротьби та інноваційно-управлінського випередження.

У результаті реалізації цієї стратегії компанія зможе отримати на певний час інноваційний гіперконкурентний дохід та зайняти високі конкурентні позиції на ринку.

В умовах трансформації національної економіки України та її інтеграції в європейський і світовий простір зростає значення підвищення капіталізації страхових компаній. Для цього необхідно здійснити такі кроки:

- забезпечити “глибину” страхового захисту, що проявляється в збільшенні частки страхових премій у структурі ВВП;
- запровадити механізми обов’язкового страхування з питань, які стосуються загальнодержавних інтересів, що сприятиме як стабільності економічного середовища, так і збільшенню страхових премій;
- забезпечити інвестиційну орієнтованість страховиків, що зумовлена інституційною спрямованістю страхового фонду та можливістю отримувати інвестиційний дохід і нарощувати капіталізацію через збільшення страхових резервів;
- мобілізувати бажаний обсяг інвестицій на міжнародних ринках капіталу, що сприятиме інтенсивній інтеграції України у світовий економічний простір;
- удосконалити страхові послуги, модернізувати наявні продукти для залучення широкого кола страхувальників [1].

Водночас в умовах глобальної інноваційної гіперконкурентності вітчизняні страхові компанії мають постійно закріплювати та зберігати досягнуті переваги, захищати свої конкурентні позиції від атак із боку суперників. Таким чином, провідні суб’єкти діяльності галузі отримають можливість на певний час забезпечити концентрацію ресурсів на розроблення й просування домінуючих, випереджальних гіперконкурентних інновацій.

Страхові організації повинні реалізувати ефективні методи концентрації сил і ресурсів для освоєння інноваційних підходів, нових послуг чи сервісу, формування та захоплення максимального сегмента глобального ринку. Саме такі стратегії відповідають ознакам глобальної гіперконкурентної інновації, що забезпечить лідерство та, відповідно, отримання в майбутньому інноваційного гіперконкурентного фінансового результату, високого рівня надійності серед потенційних клієнтів і партнерів.

Список використаних джерел

1. *Терещенко Г. М.* Декапіталізація небанківських фінансових інституцій: чинники та наслідки. *Економіка і прогнозування*. 2015. № 3. С. 42–57.
2. *Aveni R.* Hypercompetition: Managing the Dynamics of Strategic Maneuvering. New York: The Free Press, 1994. P. 57.
3. *Брун М.* Гиперконкуренция: характерные особенности, движущие силы и управление. *Проблемы теории и практики управления*. 1998. № 3. URL: http://vasilieva.narod.ru/ptpu/20_3_98.htm.
4. *Ракітіна Н. О.* Інноваційне забезпечення конкурентоспроможності компанії. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. Чернівці, 2014. Вип. III (55). С. 115–123.

5. *Городенко А.* Теорія мережевої комунікації: монографія /; Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ: Академія української преси: Центр вільної преси, 2012. 387 с.
6. *Плахотнік, О. О.* (2013). Інформаційно-комунікаційний механізм управління підприємствами мережевої економіки: монографія. Дніпродзержинськ: ДДТУ, 2013. 290 с.
7. *Бузько И. Р., Сущенко Е. А., Наден А. А.* Цикличное развитие мировой экономики и концептуальные основы формирования стратегии опережающего инновационного развития Украины. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2007 № 5. С. 121–127.
8. *Терещенко Г. М.* Рекапіталізація небанківських фінансових установ в Україні: обмеження та механізми. *Економіка і прогнозування*. 2015. № 4. С. 59–68.

References

1. Tereshhenko, H. M. (2015). Dekapitalizaciya nebankivs`ky`kh finansovy`kh insty`tucij: chy`nny`ky` ta naslidky` [Decapitalization of non-bank financial institutions: causes and consequences]. *Ekonomika i prohnozuvannya* [Economics and Forecasting], 3, 42–57 [in Ukrainian].
2. Aveni, R. (1994). *Hypercompetition: Managing the Dynamics of Strategic Maneuvering*. New York: The Free Press.
3. Brun, M. (1998). Giperkonkurenciya: kharakterny`e osobennosti, dvizhushhie sily` i upravlenie [Hypercompetition: characteristics, driving forces and management]. *Problemy` teorii i praktiki upravleniya* [Problems of management theory and practice], 3. Retrieved from: http://vasilieva.narod.ru/ptpu/20_3_98.htm [in Russian].
4. Rakitina, N. O. (2014). Innovacijne zabezpechennya konkurentospromozhnosti kompaniyi [Innovative ensure competitiveness]. *Visny`k Chernivets`koho torhovel`no-ekonomichnoho insty`tutu. Ekonomichni nauky`* [Bulletin of Chernivtsi Trade and Economic Institute. Economics], III (55), 115–123 [in Ukrainian].
5. Horodenko, L. (2012). *Teoriya merezhevoyi komunikaciyi* [The theory of network communication]. Ky`yiv: Akademiya ukrayins`koyi presy`: Centr vil`noyi presy` [in Ukrainian].
6. Plakhotnik, O. O. (2013). *Informacijno-komunikacijny`j mekhanizm upravlinnya pidpry`emstvamy` merezhevoyi ekonomiky`* [Information and communication mechanism for business management network economy]. Dniprodzerzhyns`k: DDTU [in Ukrainian].
7. Buz`ko, I. R., Sushhenko, E. A., Naden, A. A. (2007). Ciklichnoe razvitie mirovoj e`konomiki i konceptual`ny`e osnovy` formirovaniya strategii operezhayushhego innovacionnogo razvitiya Ukrainy` [The cyclical development of the world economy and the conceptual foundations of the strategy of advanced innovative development of Ukraine]. *Visny`k Ternopil`s`koho nacional`noho ekonomichnoho universy`tetu* [Bulletin of Ternopil National Economic University], 5, 121–127 [in Russian].
8. Tereshhenko, H. M. (2015). Rekapitalizaciya nebankivs`ky`kh finansovy`kh ustanov v Ukrayini: obmezheniya ta mekhanizmy` [Recapitalization NBFIs in Ukraine: restrictions and mechanisms]. *Ekonomika i prohnozuvannya* [Economics and Forecasting], 4, 59–68 [in Ukrainian].