

Владислава Олегівна ЛІСНЯК

аспірантка,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
E-mail: vladav94@gmail.com

ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ ПРИ ВИБОРІ ТА ОЦІНЮВАННІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Лісняк, В. О. Застосування стратегічного аналізу при виборі та оцінюванні функціонування електронних платіжних систем на підприємствах [Текст] / Владислава Олегівна Лісняк // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: О. В. Ярошук (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2018. – Том 28. – № 1. – С. 243-248. – ISSN 1993-0259.

Анотація

Вступ. Управління діяльністю підприємства залежить від налагодженої та ефективної системи планування та прогнозування змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства. Належним чином організована структура управління надає можливість забезпечити стабільний розвиток підприємства шляхом передбачення проблем, з якими воно може зіткнутися в майбутньому та розробити стратегію його розвитку на плановий період.

Метою статті є оцінка можливості вибору електронних платіжних систем у процесі функціонування в умовах невизначеності та аналіз переваг того чи іншого стратегічного рішення.

Метод (методологія). Використано метод стратегічного аналізу, дослідження, оптимізації.

Результати. Досліджено методологічні, теоретичні та практичні аспекти розвитку сфери послуг. Проведено аналіз особливостей управління та стратегічного планування діяльністю підприємства. Визначено та проаналізовано потенціал України при експорті послуг. Обґрунтовано ризики діяльності підприємств. Досліджено вплив факторів на сферу послуг в Україні.

Ключові слова: платіжна система; послуга; ризик; електронна мережа; експорт та імпорт; стратегічний аналіз.

Vladyslava Olehivna LISNIAK

PhD Student,
National Technical University of Ukraine «The Kiev Polytechnic Institute named after Igor Sikorsky»
E-mail: vladav94@gmail.com

APPLICATION OF STRATEGIC ANALYSIS IN SELECTION AND EVALUATION OF FUNCTIONING OF ELECTRONIC PAYMENT SYSTEMS ON ENTERPRISES

Abstract

Introduction. The management of an enterprise depends on a well-established and effective system of planning and forecasting changes in the external and internal environment of the enterprise. A properly organized management structure provides the opportunity to ensure a sustainable development of the enterprise by anticipating the problems with which it may encounter in the future and develop a strategy for its development in the planned period.

Purpose. The article aims to evaluate the possibility of choosing electronic payment systems in the conditions of functioning under uncertainty, and to analyse the advantages of a strategic decision.

Method (methodology). In order to reach the purpose of the research we have used the method of strategic analysis, research method, and method of optimization.

Results. The methodological, theoretical and practical aspects of the development of the sphere of services have been investigated. The analysis of the peculiarities of management and strategic planning of the enterprise activity has been carried out. The potential of Ukraine in the export of services has been identified and analysed. Risks of enterprise activity have been substantiated. The influence of factors on the sphere of services in Ukraine has been investigated.

Вступ

Для функціонування підприємства в умовах ринкової економіки доцільно забезпечити збирання та акумулювання інформації про зовнішні та внутрішні процеси, пов'язані із діяльністю підприємства, їх ситуаційно-економічного аналізу та оброблення у процесі планування, визначення стратегічного розвитку із забезпеченням стабільної діяльності.

Для вирішення завдання щодо можливості здійснення вибору та оцінювання функціонування електронних платіжних систем на підприємстві за допомогою стратегічного аналізу доцільно здійснити комплекс заходів, як-от: дослідження та аналіз результатів прийняття управлінських рішень та їх реалізація в бізнес-середовищі підприємств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, саме для експорту послуг.

Мета статті

Метою статті є оцінка можливості вибору електронних платіжних систем у процесі функціонування в умовах невизначеності та аналіз переваг того чи іншого стратегічного рішення.

Виклад основного матеріалу дослідження

Сучасне бізнес-середовище, в якому функціонують підприємства – експортери послуг, позначене мінливістю та невизначеністю стану економіки, умов здійснення підприємницької діяльності в Україні та світі. Сучасні електронні платіжні системи мають позитивні та негативні структурні та функціональні особливості, та їх використання пов'язане як з перевагами, так із ризиками для виробничо-комерційної діяльності підприємства. Тобто невизначеність умов діяльності підприємства та невизначеність результативності та ефективності використання ним електронних платіжних систем вказує на доцільність використання в управлінській діяльності підприємства стратегічного аналізу у обранні найбільш ефективної та рентабельної електронної платіжної системи.

Стан і проблеми розвитку ринку послуг у сучасних умовах, методологічні, теоретичні та практичні аспекти розвитку сфери послуг досліджувались К. Й. Пугачевською [1]. За результатами проведеного аналізу, визначено сутність послуг як результат діяльності або дії підприємства. За визначенням Н. Федосенко [2], якщо підприємство-постачальник послуг задовольняє економічні потреби за допомогою діяльності, то послуга виступає саме процесом діяльності, а у випадку, якщо діяльність виступає не самоціллю, а засобом досягнення мети, то сутність послуг полягає в тому, що вони є результатом такої діяльності. Іншими словами, задоволення економічного інтересу підприємства – постачальника послуг – можливе через задоволення потреб конкретного суб'єкта (споживача, контрагентів, соціуму тощо). Тобто науково підтверджується, що особливість послуг як об'єкта купівлі-продажу полягає в тому, що вона нерозривна із діяльністю підприємства та вплив на обсяг реалізації послуг здійснюється безпосередньо при регулюванні комерційної діяльності підприємства.

Отже, управління та стратегічне планування діяльністю підприємства здійснюється залежно від видів, форм і складу послуг, які ним постачаються, сфери постачання послуг і з урахуванням особливостей функціонування ринку послуг.

Сфера послуг, з урахуванням її складу та структури, поділяється на три сектори: інфраструктурний сектор (зв'язок, транспорт, електропостачання, тепlopостачання); розподільно-обмінний сектор (страхування, фінанси, торгівля) та соціально-управлінський (управління, освіта, наука, охорона здоров'я, культура) [3].

При цьому, у зіставленні з ринками товарів, ринок послуг характеризується такими особливостями, як: підвищена швидкість обороту капіталу підприємств унаслідок короткого виробничого циклу (послуга невід'ємна від комерційної діяльності підприємства); територіальною локальністю та сегментацією; значною диференціацією послуг в одній й тій же галузі, що пов'язане з іншою особливістю ринку послуг – індивідуальністю та нестандартністю надання послуг у різних галузях сфери послуг; невизначеністю результату під час надання послуг і значною чутливістю до ринкової кон'юнктури [4].

Крім того, ринок послуг складається з окремих ринків, кожен з яких функціонує за певними особливостями. Так, за класифікацією Всесвітньої організації торгівлі – *World Trade Organization*, визначено понад 150 видів послуг, згрупованих у 12 секторів [5]. Загалом науково-практичне дослідження сфери послуг зводиться до висновку, що критеріями згрупування послуг виступають: характер попиту на послуги, обсяг послуг, їх складність і необхідний рівень кваліфікації для їх створення, трудомісткість, економічна та соціальна орієнтація, відчутність та ступінь контактності зі споживачами. Зазначене характерно як для послуг, що надаються у межах певної країни, так й на міжнародному рівні.

**Таблиця 1. Структура експорту України за видами послуг у 2016 році – 9 місяців 2017 року
(у тис. дол. США)**

Найменування послуг з КЗЕМ	2016 рік	9 місяців 2016 року	9 місяців 2017 року	у % до 9 місяців 2016 року
Послуги з переробки матеріальних ресурсів	1125705,2	286924,5	1017480,5	124,3
Послуги з ремонту та технічного обслуговування, що не віднесені до інших категорій	231864,6	59697,0	177276,9	102,8
Транспортні послуги	5300545,6	1314177,0	4341106,4	114,3
Послуги, пов'язані з подорожами	205236,3	67539,2	195324,0	128,4
Послуги з будівництва	389262,9	128271,4	77291,1	36,8
Послуги зі страхування	53745,7	19129,5	26373,9	59,0
Послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю	83142,8	19927,3	51005,1	83,8
Роялті та інші послуги, пов'язані з використанням інтелектуальної власності	29374,1	6905,8	19666,3	91,2
Послуги у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги	16440193,0	412234,6	1227533,9	100,1
Ділові послуги (наукові, технічні послуги, посередництво, лізинг)	790618,1	185121,7	618748,4	111,8
Послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги	10831,4	2868,7	9048,2	117,9
Державні та урядові послуги	3580,0	827,7	2591,5	98,9
Усього	9867999,7	2503624,2	7763446,3	109,8

*Складено автором за [6].

Статистичні дані показують, що у 2017 році збереглися тенденції попередніх років щодо значної частки надання послуг у сфері телекомунікацій, комп'ютерних та інформаційних технологій, транспортних послуг і послуг ділової сфери. Проте залишаються на низькому рівні показники експорту послуг із фінансової діяльності, послуг, пов'язаних із інтелектуальною власністю, та послуг, наданих приватним особам. Вказане свідчить про те, що види та обсяг послуг, які надаються вітчизняними підприємствами за кордон, пов'язаний із структурним перерозподілом світового ринку послуг, ринковими механізмами попиту та пропозиції, вартістю і рухом робочої сили. Тобто, на діяльність вітчизняних підприємств-поставників послуг безпосередньо впливає стан розвитку та функціонування світового ринку послуг.

Динаміка експорту та імпорту послуг України зображена на рис. 1.

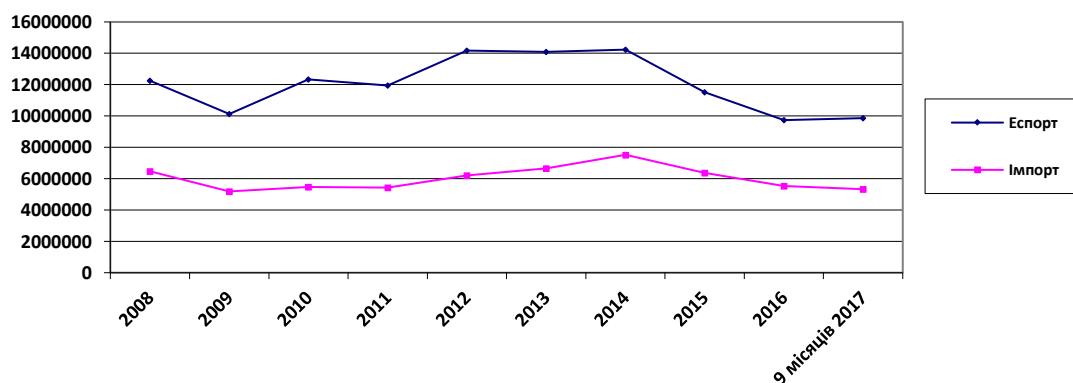


Рис. 1. Динаміка експорту-імпорту послуг (дол. США)

Складено автором за [6].

Як видно з рис. 1, за досліджуваний період обсяги експорту послуг значно переважають обсяги імпорту, таким чином, вітчизняні підприємства-постачальники послуг активно здійснюють зовнішньоекономічну діяльність та орієнтовані на закордонного споживача.

Географічну структуру ринків експорту послуг України відображено на рис. 2. Значні обсяги експорту послуг припадають на країни СНД, країни Європи та, безпосередньо, країни Європейського Союзу. Вказане підтверджує, що діяльність вітчизняних підприємств – постачальників послуг переважно сформована та спрямовує свою діяльність на ринок послуг зазначених країн. Такі підприємства залежні від політичної та соціально-економічної ситуації в цих країнах, стану та напрямів функціонування ринку послуг. Зазначене доцільно врахувати при стратегічному прогнозуванні діяльності підприємства, плануванні його діяльності, зокрема підчас вибору та використання електронних платіжних систем, які функціонують у таких країнах.

Географічна структура експорту послуг зображена на рис. 2

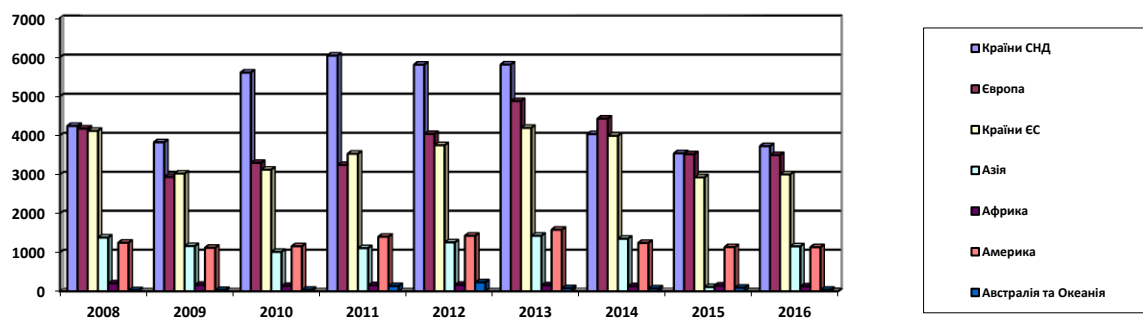


Рис. 2. Географічна структура експорту послуг (млн дол. США)

Складено автором за [6].

Проведений аналіз обсягу експорту послуг, що здійснений підприємствами України, надає можливість виділити та згрупувати негативні чинники впливу на розвиток діяльності підприємств – постачальників послуг.

Безпосередньо сфера послуг зазнає впливу низки факторів. За визначенням К. Лавлок [7], функціонування сфери послуг пов'язане із інструментами впливу політики держави (рівень державного регулювання, приватизаційні дії, рівень свободи у торгівлі послугами, рівень правового захисту прав споживачів і господарюючих суб'єктів, політики щодо охорони довкілля). Також на функціонування сфери послуг впливають встановлені тенденції функціонування бізнесу (розширення сервісної діяльності промисловими підприємствами, розповсюдження франчайзингу, підвищення якості послуг і їх узгодження з потребами та запитами споживачів); рівень розвитку інформаційних технологій (рівень використання комп'ютерних і телекомунікаційних технологій, поява нових і вдосконалення традиційних видів послуг з урахуванням інформаційного розвитку); соціальні зміни у суспільстві та процеси інтернаціоналізації (зміни у доходах і видатках суспільства, культурно-освітнього рівня, розширення сфери діяльності на нові ринки, у тому числі на міжнародні, здійснення зовнішньоекономічної діяльності) [8].

У цьому напрямку доцільно звернутись до дослідження Черчик Л. [9] щодо основних проблем зовнішньоекономічної діяльності підприємств України. Чинниками впливу на розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств, за висновками науковця, виступають: зовнішні чинники макросередовища (чинники глобального середовища, політичні, інституційні, фінансово-економічні); безпосередні чинники середовища діяльності підприємства та внутрішні чинники макросередовища підприємства.

Щодо групи макроекономічних чинників, то вони характеризуються міжгруповим характером – формування економічної взаємодії на міжнародному рівні визначається сукупним впливом різних чинників (рівень конкуренції, бар'єри для входу на ринки країн, сформований розподіл сфер і зон впливу й спеціалізація провідних компаній світу) [10], [11], [12].

До чинників середовища безпосередньої діяльності підприємства доцільно віднести умови інвестиційної діяльності в країні, рівень окупності та захисту інвестицій, інфляційні процеси, кредитну, податкову, валютну та митну політики держави, в якій підприємство здійснює свою діяльність. Негативний вплив на діяльність підприємства може здійснювати геополітичний, фінансово-економічний та нормативно-правовий стан забезпечення у країні.

До внутрішніх мікроекономічних чинників діяльності підприємства доцільно віднести техніко-технологічні (рівень обладнання і технологій безпосередньо впливає на показники якості та параметри

надання послуг), фінансові фактори (рівень витрат на виготовлення і реалізацію послуг), рівень управління (ефективність системи менеджменту, рівень стратегічного та маркетингового розвитку на підприємстві) та кадрового забезпечення на підприємстві (мотивація та розвиток персоналу). Особливості прогнозування діяльності та її результатів на підприємствах сфери послуг досліджувались Гращенко І. С. [13]. За висновками науковця безпосередній вплив на діяльність підприємства, а також, на прогнозування його розвитку здійснюють заплановані та незаплановані зміни: зміни асортименту послуг, обсягів продажів, збільшення чи зменшення споживачів, контрагентів, ринків виробництва та збуту; зміни правової власності, організаційної структури, джерел фінансування діяльності підприємства, зміна системи управління; зміна технології виробництва, мотивація і ефективність праці. При цьому, кожна із зазначених змін обумовлена трансформаціями, що відбуваються в зовнішньому середовищі, сильними та слабкими сторонами підприємства [14]. Зазначене підтверджує доцільність детального аналізу сучасного стану розвитку підприємства перед стратегічним плануванням його діяльності в майбутньому, з урахуванням виявлених можливостей та потенціалу підприємства, а також можливих ризиків його діяльності.

Вказане надає можливість визначити потенціальні ризики діяльності підприємства, які доцільно враховувати при стратегічному управлінні його діяльністю (рис. 3):

Ризики діяльності підприємств
↓
→ макроекономічні ризики (темпи економічного зростання та підвищення ризиків функціонування ринків послуг у країнах, зміна складу та структури міжнародного ринку послуг)
→ ризики, пов'язані із політикою, соціально-економічним станом країни, в якій підприємство здійснює свою діяльність (стан фінансових інститутів, стійкість банківської системи, податкова, кредитна, валютна та митна політики країни, рівень конкурентозабезпеченості)
→ внутрішні ризики підприємства (структура підприємства, асортимент послуг, фінансове забезпечення, технологія виробництва, мотивація та ефективність праці)

Рис. 3. Ризики діяльності підприємства, що впливають на стратегічне планування

**Складено автором.*

Висновки та перспективи подальших розвідок

Спираючись на результати аналізу, ми встановили, що сучасне функціонування підприємств сфери послуг здійснюється у невизначеній умовах, що обумовлені постійними змінами в зовнішньому та внутрішньому середовищі. Для функціонування в умовах невизначеності підприємство має оперативно реагувати на зміни в ринковому середовищі, з урахуванням наявних і майбутніх ризиків виробничо-комерційної діяльності. Вказане можливо здійснити за допомогою наукових підходів і методів прогнозування діяльності підприємства.

Список літератури

1. Пугачевська, К. Й. Сфера послуг в Україні: особливості розвитку та стратегічні перспективи/ К. Й. Пугачевська // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2016. – №18. – С.52-55. <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/18-2016/12.pdf>.
2. Федосенко, Н. До питання про місце договору з надання послуг у ході виконання маркетингових досліджень у системі цивільно-правових договорів / Н. Федосенко // Підприємництво, господарство і право. – 2005. – № 5. – С. 27–29.
3. Гращенко, І. С. Проблеми та особливості прогнозування на підприємствах сфери послуг / І. С. Гращенко // Економічний вісник Донбасу. – 2011. – №3. – С.175-179. <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/24165/34-Grashchenko.pdf?sequence=1>.
4. Співак, Л. С. Формування ринку послуг в трансформаційній економіці: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.01.01 / Л.С. Співак. – К., 2002. – 192 с.
5. List of tables III. Trade in commercial services by category // World Trade Organization – official website – [Electronic resource] – Access mode: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2015_e/its15_trade_category_e.pdf electronic resource access mode.
6. Державна служба статистики України / Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
7. Лавлок, К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок. – М. ; СПб. ; Киев: Вильямс, 2005.
8. Філіпенко, А. Основні проблеми економіки розвитку / А. Філіпенко [та ін.] ; пер. з англ. – К.: Либідь, 2003. – 684 с. – С. 292.

-
9. Черчик, Л. Основні проблеми зовнішньоекономічної діяльності підприємств України / Л. Черчик // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2015. – №2. – С.21-26. http://esnuir.eenu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/9897/3/echcenu_2015_2_6.pdf.
 10. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004–2015 роки) «Шляхом Європейської інтеграції» / А. С. Гальчинський, В. М. Геєць та ін.; Нац. ін-т стратег. дослідж., Ін-т екон. прогнозування НАН України, М-во економіки та з питань європ. інтегр. України. – К.: ЮЦ Держкомстату України, 2004. – 416 с.
 11. Барташевська, Ю. М. Розвиток машинобудування України: стан, проблеми, перспективи / Ю. М. Барташевська // Європейський вектор економічного розвитку. – 2010. – № 1 (8). – С. 19-25.
 12. Маталка, С. М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств: монографія / С. М. Маталка. – Луганськ: Ноулідж, 2011. – С. 210.
 13. Гращенко, І. С. Проблеми та особливості прогнозування на підприємствах сфери послуг / І. С. Гращенко // Економічний вісник Донбасу. – 2011. – № 3. – С. 175-179. <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/24165/34-Grashchenko.pdf?sequence=1>.
 14. Маталка, С. М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств: монографія / С. М. Маталка. – Луганськ: Ноулідж, 2011. – С. 210.

References

1. Puhachevs'ka, K. Y. (2016). Sfera posluh v Ukrayini: osoblyvosti rozvytku ta stratehichni perspektyvy. *Naukovyy visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*, 18, 52-55. Retrieved from: <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/18-2016/12.pdf>.
2. Fedosenko, N. (2005). Do pytannya pro mistse dohovoru z nadannya posluh u khodi vykonannya marketynhovoykh doslidzhen' u systemi tsyvil'- no-pravovoykh dohovoriv. *Pidpryyemnytstvo, hospodarstvo i pravo*, 5, 27–29.
3. Hrashchenko, I. S. (2011). Problemy ta osoblyvosti prohnozuvannya na pidpryyemstvakh sfery posluh. *Ekonomichnyy visnyk Donbasu*, 3, 175-179. <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/24165/34-Grashchenko.pdf?sequence=1>.
4. Spivak, L. S. (2002). *Formuvannya rynku posluh v transformatsiyani ekonomitsi*. Kyiv.
5. *List of tables III. Trade in commercial services by category*. (2015). Retrieved from: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2015_e/its15_trade_category_e.pdf.
6. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny*. (n.d.). Retrieved from: <http://ukrstat.gov.ua>.
7. Lavlok, K. (2005). *Marketynh usluh: personal, tekhnolohyy, stratehyy*. Moscow; SPb. ; Kyev: Vyl'yams.
8. Filipenko, A. (2003). *Osnovni problemy ekonomiky rozvytku*. Kyiv: Lybid'.
9. Cherchyk, L. (2015). *Osnovni problemy zovnishn'oekonomichnoyi diyal'nosti pidpryyemstv Ukrayiny. Ekonomichnyy chasopys Skhidnoyevropeys'koho natsional'noho universytetu imeni Lesi Ukrayinky*, 2, 21-26. Retrieved from: http://esnuir.eenu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/9897/3/echcenu_2015_2_6.pdf.
10. Hal'chyns'kyy, A. S., Heyets', V. M. (2004). *Stratehiya ekonomichnoho i sotsial'noho rozvytku Ukrayiny (2004–2015 roky) «Shlyakhom Yevropeys'koyi intehratsiyi»*. Kyiv: YuTs Derzhkomstату Ukrayiny.
11. Bartashevs'ka, Yu. M. (2010). *Rozvytok mashynobuduvannya Ukrayiny: stan, problemy, perspektyvy. Yevropeys'kyy vektor ekonomichnoho rozvytku*, 1 (8), 19-25.
12. Matalka, S. M. (2011). *Upravlinnya efektyvnisty zovnishn'oekonomichnoyi diyal'nosti pidpryyemstv*. Luhans'k: Noulidzh.
13. Hrashchenko, I. S. (2011). Problemy ta osoblyvosti prohnozuvannya na pidpryyemstvakh sfery posluh. *Ekonomichnyy visnyk Donbasu*, 3, 175-179. <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/24165/34-Grashchenko.pdf?sequence=1>.
14. Matalka, S. M. (2011). *Upravlinnya efektyvnisty zovnishn'oekonomichnoyi diyal'nosti pidpryyemstv*. Luhans'k: Noulidzh.

Стаття надійшла до редакції 22.02.2018 р.