

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

В сучасних умовах економічної нестабільності та посилення впливу зовнішнього середовища на внутрішні економічні та фінансові процеси вітчизняних підприємств торгівлі, підприємствам необхідно здійснювати пошук інноваційних методів та інструментів для своєчасного реагування на інтенсивні зміни. Стратегічне управління покликане розширити горизонти передбачення, створити можливості своєчасної реакції підприємства на зміни зовнішнього середовища на ринках товарів, послуг і технологій, в науково-технічній, соціальній і політичній сферах [1, с. 363].

З метою дослідження сучасного стану застосування стратегій управління в цілому та стратегічного управління оборотним активами на практиці вітчизняних підприємств торгівлі, було проведено анкетне опитування вибірки підприємств торгівлі України. До генеральної сукупності формування вибірки було віднесено підприємства за КВЕД 45-47, 22 регіонів України, не включаючи тимчасово окуповані області та АР Крим, які ведуть активну господарську діяльність протягом останніх 5 років. В результаті, загальний обсяг вибірки склав 65 підприємств торгівлі України.

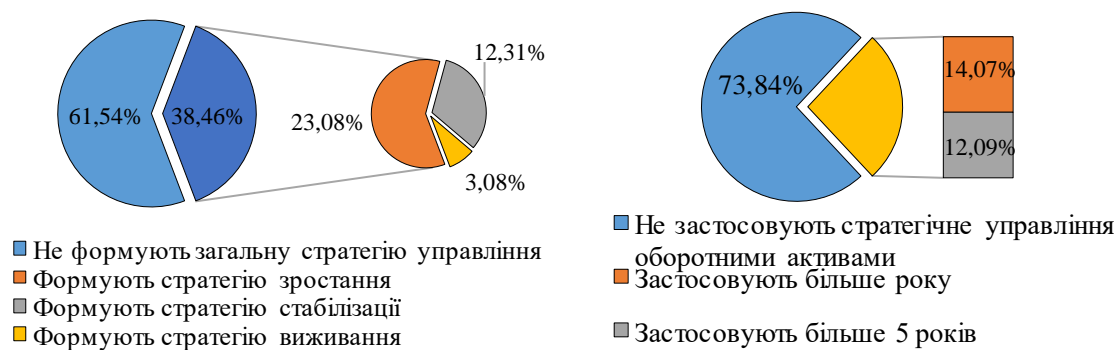


Рис. 1. Структура вибірки підприємств торгівлі залежно від застосування стратегій управління, %

Джерело: сформовано автором за результатами анкетного опитування вибірки підприємств торгівлі України.

За результатами опитування (рис. 1) визначено, що формування загальної стратегії здійснюють лише 38,36% вибірки вітчизняних підприємств торгівлі, більшість з них формує стратегію зростання. Щодо застосування стратегічного управління оборотними активами, то частка таких підприємств ще менша та становить 26,16% усіх підприємств вибірки, серед яких більшість великих та середніх підприємств торгівлі.

Ефективність застосування стратегічного управління на підприємствах та в процесі управління їх оборотними активами підтверджується низкою наукових розробок [2, 3]. Проте впровадження їх на практиці вітчизняних підприємств торгівлі на сьогоднішній день є досить низьким. В даному контексті доцільно ідентифікувати основні проблеми впровадження даного сучасного інструменту управління на практиці підприємств торгівлі (рис. 2).

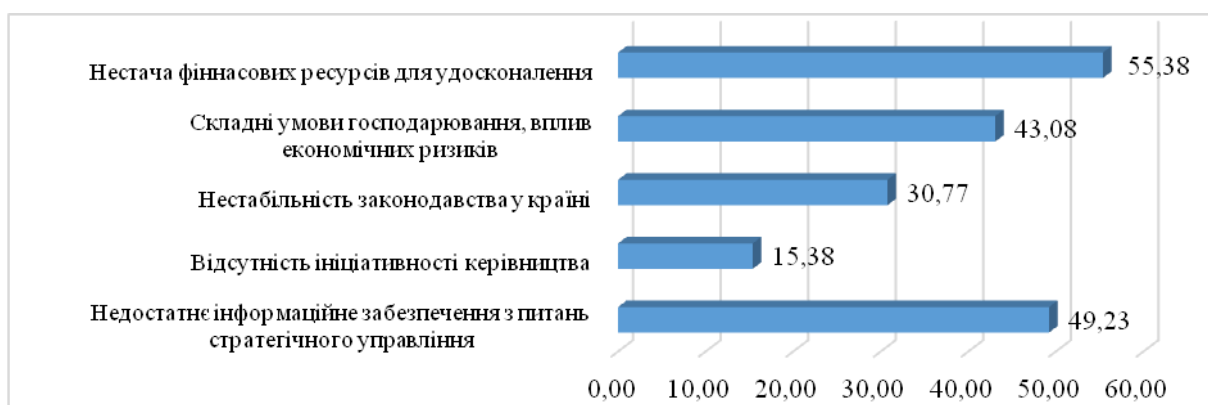


Рис. 2. Основні перешкоди впровадження стратегічного управління оборотними активами вибірки підприємств торгівлі України, %

Джерело: сформовано автором за результатами анкетного опитування вибірки підприємств торгівлі України.

Аналіз результатів анкетного опитування показав, що на сьогоднішній день більшість підприємств торгівлі України (55,38 %) стикаються з фінансовими складнощами, що перешкоджають впровадженню стратегічного управління, у 43,8 % проблема впровадження стратегічного управління оборотними активами полягає в нестачі інформаційної обізнаності працівників та керівництва стосовно особливостей застосування стратегічного управління. 15,38% підприємств не впроваджують стратегічне управління оборотними активами через відсутність ініціативності керівництва, що перешкоджає розвитку таких підприємств.

Список використаних джерел

1. Чухлата Ж.Г. Особливості стратегічного управління підприємством в сучасних умовах. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 62. С. 362–367.
2. Ефективність стратегічного управління підприємствами: сучасні проблеми та перспективи їх вирішення: монографія / Мікловда В.П., Брітченко І.Г., Кубіній Н.Ю., Дідович Ю.О. Полтава : ПУЕТ, 2013. 218 с.
3. Стратійчук В.М. Стратегічне управління оборотними активами підприємств торгівлі. *Вісник КНТЕУ*. 2019. №5. С. 59-74.

Сундук Т.Ф.,
асистент кафедри банківської справи КНТЕУ

СУЧАСНЕ ДИСТАНЦІЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ БАНКУ

На сучасному етапі розвитку банківського бізнесу особлива увага приділяється головними тенденціями сьогодення, а саме: зростання ролі й частки інноваційних технологій, збільшення обсягу і різноманітності банківських продуктів та послуг, створенням нових сегментів ринку обслуговування клієнтів.

Значна кількість вітчизняних банків переходить на дистанційне обслуговування своїх клієнтів. Більшість банківських операцій виконуються за їх межами через Інтернет.

Перехід до дистанційної форми обумовлений наступними причинами:

- змінами рівня життя населення країни;
- впровадженням новітніх інформаційних технологій;
- автоматизація банківських транзакцій.

Немало важне значення мають такі фактори, як зростання конкуренції, часовий чинник, розвиток комунікаційних коштів.

Зазначимо, що дистанційне обслуговування має значні переваги: швидкість, легкість проведення банківської операції, ясність наданих результатів, отримання інформації без візиту до банку. Проте така форма обслуговування має й слабкі сторони. Дистанційна система обслуговування не дає можливість працівникам банку мати особистий контакт зі своїми клієнтами.