

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

Лісняк В.О.

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Управління діяльністю підприємства залежить від налагодженої та ефективної системи планування та прогнозування змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства. Тому для функціонування підприємства в умовах ринкової економіки доцільно забезпечити збирання та акумулювання інформації про зовнішні та внутрішні процеси, пов'язані із діяльністю підприємства.

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

Іншими словами, задоволення потреб конкретного суб'єкта (споживача, контрагентів, соціуму тощо) - можливе через задоволення потреб конкретного суб'єкта (споживача, контрагентів, соціуму тощо).

Звідси, 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.

При цьому, порівняно з ринками товарів, ринок послуг характеризується такими особливостями, як: підвищена швидкість обороту капіталу підприємств внаслідок короткого виробничого циклу; 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 чуттєвістю до ринкової кон'юнктури [1].

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 [2].

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-постачників послуг безпосередньо впливає стан розвитку та функціонування світового ринку послуг [3].

Відзначено, що безпосередньо сфера послуг зазнає впливу низки факторів. За визначенням К. Лавлок [4], 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 навколишнього природного середовища).

Також, на функціонування сфери послуг впливають встановлені тенденції функціонування бізнесу; рівень розвитку інформаційних технологій; соціальні зміни у суспільстві та процеси інтернаціоналізації [5]. До внутрішніх мікроекономічних чинників діяльності підприємства доцільно віднести техніко-технологічні, фінансові фактори, рівень управління та кадрового забезпечення на підприємстві.

Отож, враховуючи зазначене, проаналізовано, 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.

Література:

1. Співак Л.С. Формування ринку послуг в трансформаційній еко- номіці : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.01.01 / Л.С. Співак. – К., 2002. – 192 с.
2. 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/.
3. Державна служба статистики України / Офіційний сайт [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
4. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок. – М. ; СПб. ; Киев : Вильямс, 2005.
5. Філіпенко А. Основні проблеми економіки розвитку / А. Філі- пенко [та ін.] ; пер. з англ. – К. : Либідь, 2003. – 684 с. – С.292.