

Ринок платіжних послуг виконує одну із ключових функцій фінансової системи. Трансформація сфери платіжних послуг відбувається під впливом глобальних структурних змін на фінансовому ринку. Посилення інноваційної діяльності на ринку платіжних послуг призводить до впровадження нових технологій, послуг та появи нових учасників ринку. Прикладом такої трансформації в Україні є введення в метрополітені безконтактних платежів за проїзд. На міжнародній конференції для розробників Google проект оплати проїзду в Київському метрополітені назвали одним з найпрогресивніших. Проект оплати проїзду в Київському метрополітені через жовті турнікети, які з'явилися на станціях в червні 2015 року розвивається завдяки співпраці метрополітену з компанією MasterCard. Турнікети дозволяють оплачувати проїзд безконтактно картами за допомогою технології PayPass або смартфоном по NFC. Таким чином, пасажери можуть оплатити проїзд в тому числі Google Pay, просто приклавши смартфон до зчитувального пристрою на турнікеті [5].

Отже, електронні гроші вже відіграють важливу роль у сучасних грошових системах і будуть провідними у грошових системах майбутнього. При цьому розвиток електронних грошей сутність грошей не змінює, змінюється тільки їх форма. За останні роки суспільство вже настільки звикло до розрахунків, оплати електронними грошима, що викликає в населення з часом дедалі більшу зацікавленість та популяризується. Для подальшого успішного розвитку електронних грошей в Україні важливим є застосування виваженої правової регламентації, спрямованої, з одного боку, на підтримку їхнього розвитку, а з іншого – на запобігання їх використанню з метою ухилення від оподаткування та контролю.

Список використаних джерел: 1. Святошнюк С. С. Електронні гроші як фінансова послуга. *Вісник Одеського національного університету*. 2018. № 2. С. 26-34. 2. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні: Закон України від 05.04.2001 № 2346-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2346-14/page>. 3. Про внесення змін до деяких нормативно-правових актів Національного банку України з питань регулювання випуску та обігу електронних грошей: Постанова Правління Національного банку України від 04.11.2010 р. № 481. URL: <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1336-10>. 4. Світовий досвід і перспективи розвитку електронних грошей в Україні: Науково-аналітичні матеріали / П. М. Сениш та ін. Київ: Національний банк України. Центр наукових досліджень, 2008. 145 с. 5. КП «Київський метрополітен». URL: https://www.facebook.com/kyivmetro/?hc_ref=ARSom4dDn4O1Us7YNM4_rDEs6TiTyYwNkwYGD0zdX69FkpDhxvCk-ZhMDVDG-n7nkGU&fref=nf.

УДК 338.12

Д. О. Норець, студентка

Науковий керівник: **Т. В. Клименко**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту

Чернігівський національний технологічний університет, м. Чернігів, Україна

КРИЗОВІ ЯВИЩА ПІДПРИЄМСТВА: ФАКТОРИ, ВПЛИВ ТА НАСЛІДКИ

Ключові слова: криза, кризові явища, фактори, захисна тактика, наступальна тактика.

У наш час підприємства починають дедалі більше звертати увагу на такі поняття, як «криза» та «кризові явища». Криза – фаза економічного циклу, під час якої відбувається різке відновлення порушень відтворювальних пропорцій шляхом спаду виробництва, недовантаження виробничих потужностей, зростання безробіття та інших негативних явищ. Кризові явища – це невелика кількість нестійких кризових проявів, які виникають синхронно один до одного в різних напрямках діяльності підприємства, або певне явище, що виникає під час реалізації конкретного процесу функціонування суб'єкта діяльності [2]. Зазначимо, що тривалий час кризові явища досліджувалися переважно на макрорівні, але на сьогодні вони розглядаються й на мікрорівні. Значна частина дослідників вважає, що криза розпочинається саме з макрорівня.

Природа кризи та кризових явищ є однією зі спірних проблем у наш час. З одного боку, криза має руйнівний характер, тобто відбувається деформація соціально-економічних відносин і пропорцій розподілу ресурсів, але, з іншого боку, криза є оздоровчою, тобто вона стимулює процеси оновлення основного капіталу, відбувається пошук шляхів зниження витрат [3].

На виникнення кризових явищ на підприємстві впливає низка факторів, які поділяються на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх факторів виникнення кризових явищ на підприємстві належать: спад кон'юнктури в економіці загалом, зменшення купівельної спроможності населення, високий рівень інфляції, постійні зміни в господарському та податковому законодавстві, нестабільність фінансових ринків, посилення конкуренції в галузі, криза окремої галузі, сезонні коливання, посилення монополізму на ринку, політична нестабільність у країні місцезнаходження підприємства, у країнах – постачальників сировини або споживачів продукції, конфлікти між засновниками (власниками). До внутрішніх факторів виникнення кризових явищ на підприємстві належать: низька якість менеджменту, дефіцити в організаційній структурі, низький рівень кваліфікації персоналу, недоліки у виробничій сфері, прорахунки в галузі постачання, низький рівень маркетингу та втрата ринків збуту продукції, прорахунки в інвестиційній діяльності, брак інновацій та раціоналізаторства, дефіцити у фінансуванні, відсутність або незадовільна робота служб контролінгу (планування, аналіз, інформаційне забезпечення, контроль) [4].

Під впливом кризових явищ виникає неплатоспроможність – нездатність підприємством виконувати свої фінансові зобов'язання в призначений термін за умов звичайної діяльності компанії [5].

Для подолання кризи підприємство обирає одну з двох тактик: захисну або наступальну. Захисна тактика використовується для того, щоб підприємство отримало додатковий час для проведення більш дієвих заходів для нормалізації становища та діяльності підприємства. Захисна тактика не потребує значних зусиль і витрат, але її ефект є тимчасовим. Серед основних заходів у межах реалізації цієї тактики варто назвати:

- скорочення всіх видів витрат;
- закриття і розпродаж підрозділів, устаткування;
- звільнення персоналу;
- скорочення виробництва та збуту;
- розпродаж продукції за зниженими цінами [1].

Більшість науковців вважає, що дієвішою та ефективнішою є наступальна тактика, яка передбачає реалізацію таких заходів:

- проведення активної маркетингової політики;
- підвищення (зниження) цін;
- модернізація виробництва;
- оновлення основних засобів виробництва;
- впровадження перспективних технологій у виробництво;
- використання резервів;
- пошук нових ринків збуту.

Однак наступальна тактика потребує наявності часу та коштів для досягнення результату. Тому велика кількість підприємств на початковому етапі боротьби з кризою використовують захисну тактику, щоб отримати час та кошти для проведення в подальшому наступальної тактики.

Для успішного подолання кризового явища необхідно:

- проведення глибокого причинного аналізу кризового явища;
- послідовно впроваджувати заходи з удосконалення культури управління фірмою на оперативному і стратегічному рівнях;
- персонал повинен бути задіяний в управлінні кризою на всіх можливих етапах для забезпечення співпраці та зацікавленості;
- раціонально використовувати страхові фонди подолання кризової ситуації [3].

Таким чином, для підприємства існує два шляхи виходу з кризи: подолання кризи або повна ліквідація підприємства. Якщо підприємству не вдається подолати кризу за допомогою захисної та наступальної тактик, то воно повністю припиняє своє існування, оголошується банкрутом.

За результатами дослідження можемо констатувати, що кризові явища можна, без сумніву, назвати переломним моментом підприємства, адже під час їх подолання воно досягає нових результатів, удосконалює виробництво, покращує якість управління. Якщо ж підприємство не в

зможі подолати кризове явище, то воно не спроможне проводити свою господарську діяльність під впливом різних соціально-економічних факторів, а отже, змушене припинити своє існування.

Список використаних джерел: 1. Біловол Р. І. Стратегія і тактика антикризового управління підприємством. *Економіка Криму*. 2013. № 1 (42). С. 228-232. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econkr_2013_1_49. 2. Григор'єва О. В., Міщенко А. Ю. Кризові явища в економіці та їх прояви на підприємстві. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 13, ч. 1. С. 76-79. URL: http://visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/13_1_2017ua/18.pdf. 3. Луцик І .Б., Юрій Е. О. Головні причини виникнення кризових явищ на підприємстві та можливі шляхи їх подолання. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. Вип. 2(58). С. 83-88. URL: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/2_58_2017_ukr/14.pdf. 4. Ляшенко Н. В. Причини виникнення, функції та вплив кризових явищ на управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2012. №2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=958>. 5. Словник фінансово-правових термінів / за заг. ред. д.ю.н., проф. Л. К. Воронової. 2-ге вид., переробл. і доповн. Київ: Алерта, 2011. 558 с. URL: <https://web.archive.org/web/20160509113740/http://ndi-fp.asta.edu.ua/files/doc/slovnnyk-finpravo.pdf>.