

Міжнародний маркетинг спрямовує розвиток національної компанії за наступною схемою:

- попередні маркетингові дослідження ринків тих країн, які можуть становити інтерес;
- вибір конкретного цільового країнового ринку;
- розробка стратегії виходу фірми на ринок;
- визначення комерційної пропозиції в розрізі товарів, послуг і цін, пристосованих до умов як сприятливої, так і несприятливої кон'юнктури;
- розробка товарної, цінової, збутової і комунікативної політики фірми;
- підбір торгового персоналу для реалізації експортної продукції.

Таким чином, розвиток інтернаціоналізації та глобалізації виробництва, зростання обсягів міжнародної торгівлі та прямих інвестицій сприяли підвищенню значення міжнародного маркетингу в управлінні компаніями. Корінних, принципових відмінностей між маркетингом внутрішнім (при роботі на національному ринку) і міжнародним (експортним) не існує. Будь-який вид маркетингу використовує одні й ті ж принципи маркетингової діяльності. Специфіка міжнародного маркетингу породжується особливостями функціонування зарубіжних ринків, умовами їх розвитку і роботи на них. Цю специфіку фірмам слід враховувати при виході на зарубіжні ринки або при розширенні.

Список використаних джерел:

- 1 Розвиток маркетингу в умовах глобалізації: сучасні тенденції та перспективи: монографія / за ред. проф. Р.В. Федоровича. Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2015. 411 с
- 2 Корж М. В. Механізм управління інструментарієм міжнародного маркетингу: теорія і практика : монографія / М. В. Корж. Краматорськ: ДДМА, 2017. 336 с

Романів В.В.

магістр кафедри міжнародного бізнесу та фінансів

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»

м. Харків, Україна

Другова О.С.

к.е.н, доцент кафедри міжнародного бізнесу та фінансів

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»

м. Харків, Україна

ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ РИЗИКОМ В БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Головним джерелом прибутку банківських установ вважається кредитна діяльність. Безпосередньо ця діяльність супроводжує значним ступенем ризику і не дивлячись на це кредитна діяльність залишається найбільш прибутковим типом послуг, що надають банки. І саме з цієї причини банки зобов'язані

регулярно покращувати стратегію щодо своєчасного знаходження та запобігання ризикових ситуацій. Кредитний ризик банку встановлюється як максимально прогнозований збиток, який здатний трапитися протягом конкретного періоду часу в слідстві зниження вартості кредитного портфеля, в зв'язку з частковою або абсолютною неплатоспроможністю позичальників до часу погашення кредиту.

Кредитний ризик може бути наступних видів:

1) Ризик дефолту по кредиту — ризик збитків, що виникають через те, що боржник навряд чи повністю погасить свої кредитні зобов'язання або якщо боржник прострочений більш ніж на 90 днів по якомусь суттєвому кредитним зобов'язанням. Ризик дефолту може вплинути на всі чутливі до кредитів транзакції, включаючи кредити, цінні папери та похідні фінансові інструменти.

2) Ризик концентрації — ризик, пов'язаний з будь-яким окремим ризиком або групою ризиків, які можуть призвести до досить великих збитків, загрозливим основної діяльності банку. Це може виникнути в формі однойменної концентрації або галузевої концентрації.

3) Ризик збитків, що виникають в результаті суверенної держави, заморожує платежі в іноземній валюті або в разі невиконання ним своїх зобов'язань. Цей тип ризику помітно пов'язаний з макроекономічними показниками країни і її політичною стабільністю [1].

Кредитний портфель — це підсумок діяльності банку по наданню кредитів, що містить у собі сукупність всіх виданих банком кредитів за певний період часу. Він відображає ступінь розробленості та введення кредитної політики банку, що встановлює завдання і пріоритети кредитної діяльності банку [2].

Кредитний ризик веде до появи багатьох різних ризиків, а саме таких як: прямий та умовний ризик процесу кредитування, ризик форс-мажорних обставин, ризик концентрації кредитного портфеля та інші

На сьогоднішній час існує багато причин, які впливають на виникнення кредитного ризику, вони можуть бути обумовлені як на рівні окремої позики, так і на рівні кредитного портфеля банківської установи.

До обставин появи кредитного ризику на рівні окремої позики належать:

- загроза ліквідності застави;
- споживач може не здійснити платіж за іпотечним кредитом, кредитній карті, кредитній лінії або іншому кредиту.
- загроза невиконання обов'язків третіми особами, що відповідають за позику;

- моральні якості позичальника.

До обставин появи кредитного ризику на рівні кредитного портфеля банківської установи належать:

- зміна курсів валют — для кредитів, виданих в іноземній валюті;
- зайва диверсифікація по великій кількості галузям економіки при нестачі у банківській установі фахівців, які розуміють їх характерні риси;
- зайва зосередженість кредитів в одному з розділів економіки;

- неідеальний склад кредитного портфеля, сформованого з урахуванням потреб покупців, а не самого банку;
- рівень кваліфікації персоналу.

Управління кредитним ризиком є найважливішим компонентом комплексного підходу до управління ризиками і має важливе значення для довгострокового успіху будь-якої банківської організації. Метою управління ризиками є зменшення фінансових втрат банку і, відповідно, підвищення рентабельності, забезпечення належного рівня надійності банку. Банки повинні управляти кредитним ризиком, властивим всьому портфелю, а також ризиком по окремих кредитах або операціями. Банки також повинні враховувати взаємозв'язок між кредитним ризиком та іншими ризиками [3].

Управління кредитним ризиком банківській сфері слід розглядати як вид діяльності, що складається з таких етапів:

- 1) виявлення ризику;
- 2) оцінка ризику;
- 3) моніторинг ризику;
- 4) контроль ризику.

Управління кредитним ризиком включає в себе виявлення потенційних факторів ризику, оцінку їх наслідків, моніторинг діяльності, схильною до виявленим факторам ризику, і вжиття заходів контролю для запобігання або зменшення небажаних наслідків. Цей процес застосовується в стратегічних і операційних рамках банку.

У банківській діяльності для управління кредитним ризиком існує дві групи методів:

- 1) кредитний ризик, пов'язаний з окремою угодою — можливість втрат від невиконання позичальником певної кредитної угоди;
- 2) кредитний ризик усього портфеля — розмір ризиків за всіма угодами кредитного портфеля [4].

Таким чином, можна зробити висновок, що методів управління кредитним ризиком існує багато але банки повинні їх використовувати у сукупності та у правильній послідовності, щоб зменшити негативні наслідки від різних ризиків. Отже, процес управління кредитними ризиками є складним за організацією, тривалим за строками та потребуючим постійної уваги з боку персоналу банку.

Список використаних джерел:

1 Кредитний ризик - Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=123415&cat_id=123213;

2 Поняття та види кредитних ризиків. Режим доступу: https://pidru4niki.com/1880041345738/bankivska_sprava/ponyattya_vidi_kreditnih_rizikiv;

3 Методи управління кредитним ризиком - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buklib.net/books/32558/>;

4 Процес управління кредитним ризиком- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://library.if.ua/book/92/6375.html>

Селецький Д.М.
магістр групи БЕМ-419а
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
м. Харків, Україна

ВПРОВАДЖЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРИБУТКОМ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

У сучасних умовах для виходу з фінансово-економічної кризи важливого значення набуває пошук таких джерел фінансування, які б з одного боку надавали можливість промислому підприємству розвиватися, а з іншого не створювалися «боргові ями». До джерел, які б відповідали таким критеріям належать внутрішні джерела фінансування, серед яких вагоме місце займає прибуток, який в ринкових умовах господарювання України є джерелом фінансування не лише для розширення виробничих потужностей, а й соціального розвитку промислового підприємства та соціального захисту його працюючих.

У зв'язку з цим, виникла гостра необхідність розробки, на основі дієвого механізму поліпшеної системи управління прибутком на підприємстві, що обумовлює актуальність обраної теми і доцільність проведення досліджень.

Щоб забезпечити чітку дію механізму управління прибутком підприємства слід уважно проаналізувати усі чинники, що впливають на рівень прибутку промислового підприємства. Ці чинники впливають на результати діяльності промислового підприємства в різних напрямках: одні – позитивно, інші – негативно. До зовнішніх чинників, що впливають на результати діяльності промислового підприємства можна виділити наступні:

- економічні умови господарювання, умови ринку;
- платоспроможний попит споживачів;
- державне регулювання діяльності підприємств, та інше.

Важливу увагу слід приділити рівню, динаміці і коливанням платоспроможного попиту, бо він визначає стабільність одержання прибутку. Також, варто звернути увагу на такі важливі макроекономічні показники як податкова і кредитна політика держави та політична стабільність у державі.

Зовнішні чинники тісно пов'язані з внутрішніми чинниками, які також суттєво впливають на результати діяльності промислового підприємства. Ці чинники залежать від організації роботи самого підприємства і можуть впливати на формування прибутку підприємства як безпосередньо, так і опосередковано. До них слід віднести такі чинники як:

- обсяг продукції, яка випускається підприємством;
- собівартість продукції; ціна продукції;
- асортимент продукції;