

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ СУБ'ЄКТІВ БІЗНЕСУ ПРИ ПОДОЛАННІ ДИСБАЛАНСІВ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ

***МАНДИЧ О.В., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАУМЕНКО А.О., Д.Н.ДЕРЖ.УПР., ПРОФЕСОР,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАУМЕНКО І.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ЛУГАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Сучасні умови функціонування суб'єктів бізнесу окреслені наявністю факторів більшою мірою негативного впливу на формування їх ринкової поведінки. В межах окремих об'єктових ринків, крім новостворених умов невизначеності, мають місце дисбаланси, при чому виділити їх в організаційному, управлінському, виробничому чи фінансовому секторах не можливо. Розбалансованість системи господарювання має як внутрішню складову, так і безпосередній вплив зовнішнього середовища [1]. Наявність функціональних дисбалансів, в першу чергу, створює диспропорційність в середині соціально-економічних систем, тим самим провокуючи появу конфліктів інтересів між учасниками ринку. Розуміння процесів розвитку розбалансованої соціально-економічної системи дозволяє аргументувати появу важелів зовнішнього та внутрішнього впливу на ринкову поведінку суб'єктів бізнесу в площині фінансового забезпечення, як базової платформи для провадження виробничо-комерційної діяльності.

Формування конкурентних переваг на ринку за умов стабільності відбується у двох напрямках: створення ринкових факторів успіху, в якості зовнішньої конкурентної політики компанії, та вибір ключових компетенцій, як інструменту забезпечення внутрішнього впливу на підвищення рівня конкурентоспроможності компанії. При чому для обох напрямів особливістю є залучення фінансових інституцій та відповідного фінансового забезпечення з метою постійного розвитку [2]. Динамічний розвиток ринку є базовим каталізатором для поступового оновлення системи управління та, крім того, складові конкурентних переваг динамічного ринкового середовища викликають необхідність постійного оновлення управлінського, маркетингового та фінансового інструментарію всередині компанії. Таким чином, побудова архітектури при формуванні конкурентних переваг для суб'єктів бізнесу має включати всі визначені механізми [3]. Розуміння сутності кожного з формул систему взаємопов'язаних компонентів,

регламентує їх використання при використанні різних управлінських моделей, однак комплексне використання яких є можливим лише при залученні до кожного окремого саме фінансового забезпечення [4]. Важливість створення адекватної системи фінансового забезпечення полягає не лише в опосередкованому впливі на окремі управлінські, виробничі чи маркетингові компоненти, а на можливість їх залучення, тобто подолання фінансового дисбалансу, при формуванні конкурентних переваг, в цілому. При формуванні архітектури створення конкурентних переваг, фінансова складова відповідатиме, в першу чергу, за окупність залученого інструментарію. Тому проведення аналітичних досліджень в існуючих складних умовах має відбуватись саме з урахуванням не лише отримання економічних результатів від комерційної діяльності, а й рівня фінансової спроможності залучення новітнього інструментарію формування конкурентних переваг.

Література.

1. Стеценко Б.С. Функціональні дисбаланси та асиметрії сучасного фінансового посередництва. *Регіональна економіка та управління*. 2019. № 4(26). С. 115-119.
2. Давидова І.І. Фінансове забезпечення розвитку економіки. *Агросвіт*. 2019. № 6. С. 81-88.
3. Гнатенко І. Управлінські, маркетингові та фінансові підходи оцінювання соціо-еколого-економічного ефекту взаємодії підприємств в умовах зміни споживчих переваг. *Економічний дискурс*. 2021. № 1-2. С. 111-121.
4. Полторац А.С. Архітектоніка наслідків глобалізаційних процесів у фінансовій сфері. *Modern Economics*, 2018. № 10. С. 89-96.
5. Zhytar M.O., Sosnovska O.A. Вплив фінансової глобалізації на формування фінансової архітектури. *Економіка і організація управління*. 2019. Вип. 3(35). С. 39-50.

СВІТОВИЙ РИНОК МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ, СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

**ОНЕГІНА В.М., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
АНТОЩЕНКОВА В.В., Д.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Глобальна пандемія Covid-19, а саме 2020 рік став безпрецедентним роком, коли молочні компанії зіптовхнулися з такими проблемами, як збої в каналах збуту у роздрібній торгівлі, нестійкі ціни на сировину, зміна споживчої поведінки. Тим часом,