

Ризик – це складне явище, що має у своїй основі безліч джерел виникнення, підстав. За підсумками оцінки тлумачень ризику у вітчизняній і зарубіжній економічній літературі були виділені такі основні напрями його трактування:

– це елемент невизначеності, пов'язаний з прийняттям рішень, результатом якого є неоднозначність результатів дій суб'єкта, який приймає рішення;

– це можливість/ймовірність небажаної події/впливу;

– це можливість/ймовірність досягнення передбачуваного результату або позитивних/негативних відхилень від нього.

Із точки зору економіки, ризик – це ймовірність втрати підприємством частини своїх ресурсів, недоотримання доходів або появи додаткових витрат і/або можливість отримання значного доходу в результаті здійснення певної господарської діяльності.

Ефективне управління ризиками передбачає посилення аналітичної роботи в підприємстві, спрямованої на формування інформаційної бази, необхідної для проведення обґрунтованої кількісної оцінки ризику, аналізу складу і структури застосовуваних інструментів фінансування збитків, обґрунтування управлінських рішень і прогнозування ризикових ситуацій.

Сучасному підприємству необхідний системний підхід до аналізу невизначеності, що складається, з одного боку, з глибокого кількісного і якісного аналізу окремих ризиків і, з іншого боку, з синтезу результатів аналізу в єдину картину схильності до ризиків на рівні компанії в цілому. Найбільш результативний захист від ризику можна отримати лише при комплексному використанні різних методів зниження та фінансування ризику, організації цілісного, закінченого процесу ризик-менеджменту.

ТАРГЕТУВАННЯ ІНФЛЯЦІЇ В УКРАЇНІ

Жарко О.С., гр. Ф-49ск

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **І.С. Андрющенко**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Таргетування інфляції – монетарний режим, який передбачає відповідальність Національного банку України за дотримання проголошеного значення офіційного показника інфляції (таргету) протягом визначеного періоду часу. Характеризується публічним проголошенням офіційної кількісної цілі щодо рівня інфляції на

середньострокову перспективу та діями НБУ, спрямованими на приведення існуючої інфляції до її цільового показника за допомогою процентної ставки та інших інструментів монетарної політики.

Основними елементами монетарного режиму таргетування інфляції є:

1) визначення НБУ стабільності цін головним завданням монетарної політики та встановлення чітких кількісних показників рівня інфляції;

2) використання НБУ усіх інструментів монетарної політики для досягнення поставленої цілі;

3) високий рівень операційної незалежності НБУ;

4) відповідальність НБУ за досягнення встановленого цільового показника інфляції;

5) проведення монетарної політики на основі оцінки інфляційного тиску та інфляційних очікувань.

Основними технічними параметрами таргетування інфляції є:

1) горизонт таргету, під яким розуміють часовий лаг, протягом якого НБУ за допомогою інструментів монетарної політики повинен утримувати значення таргету. Як правило, горизонт таргетування є комбінацією середньо- та короткострокового періоду, який складається з цільового орієнтуру на середньостроковий період (близько 3 років) у поєднанні з щорічним проголошенням значення таргету;

2) вид таргету – обраний для таргетування один із показників інфляції – індекс споживчих цін або показник «базової» інфляції;

3) числова інтерпретація таргету – вибір точного числового значення або діапазону, в межах якого допускаються коливання таргету;

4) система підзвітності та відповідальності НБУ.

ДИДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Замурій Е.Я., гр. Б-17

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **І.В. Несеренко**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Диджиталізація бізнесу в сучасних умовах трансформації економічних відносин є підґрунтям для створення нових можливостей, цінностей та компетентностей, що, у свою чергу, дозволяє формувати стійкі конкурентні переваги. Ефективне функціонування суб'єктів