

УДК. 658.5

## ІДЕНТИФІКАЦІЯ СИСТЕМНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Лупак Р.Л., Балабан Л.О.  
Львівська комерційна академія

В статті доведено важливість розробки і реалізації інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства в контексті політики забезпечення конкурентних переваг та інтеграції, диверсифікації і спеціалізації комерційної діяльності. Обґрунтовано сутність інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства, визначено характерні ознаки та основні підходи до її розробки. Встановлено пріоритети та напрями діяльності підприємства при реалізації інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності. Виокремлено загальні інноваційні стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства та важливість системного підходу при їх розробці та реалізації.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність підприємства, інноваційна стратегія, конкурентні переваги, підвищення, управління.

**Постановка проблеми.** Для підприємств будь-яких форм власності й масштабів господарської діяльності важливе значення має вибір стратегії та методів стратегічного планування підвищення конкурентоспроможності. Про це свідчать сьогоденні умови конкуренції, які засвідчують важливість підвищення підприємством ефективності реалізації політики формування та збереження конкурентних переваг та використання інноваційно-інвестиційних механізмів активізації стратегічного фінансово-економічного розвитку. Вважаємо, що в умовах постійних інституційних, фінансово-економічних, соціально-трудова змін підвищення конкурентоспроможності підприємства повинно передбачати розробку інноваційної стратегії, яка буде враховувати загальну сукупність торгово-технологічних, маркетингових, логістичних, соціально-мотиваційних та інших заходів досягнення високого конкурентного статусу. При цьому, підприємствам необхідно враховувати низку чинників, що впливають на ефективність впровадження інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності, а саме ті з них, які обумовлені рівнем концентрації конкурентної боротьби, фінансовим потенціалом інвесторів і покупців, кон'юктурою ринку, рівнем доступності до фінансово-кредитних ресурсів.

Актуальність дослідження засвідчують сьогоденні зміни у вітчизняній економіці, до яких підприємство змушене адаптуватись і перебувати у постійному пошуку нових інноваційних механізмів, засобів, інструментів підвищення конкурентоспроможності. При цьому, метою розробки і реалізації інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства слід вважати досягнення підприємством динамічного фінансово-економічного розвитку та послідовне його стратегічне перетворення на конкурентоспроможний комплекс в низькопривабливому інвестиційному середовищі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** довів, що питанням стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства приділялась значну увагу в дослідженнях вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, як Азоева Г. Л., Васильціва Т. Г., Довганя Л. Є., Должанського І. З., Загорної Т. О., Іванова Ю. Б., Качмарика Я. Д., Клименка С. М., Ковтуна О. І., Круглова М. І., Магас Н. В., Мізюка Б. М., Немцова В. Д., Павлова В. А., Портера М. Е., Синігвеца О. М., Фатхутдінова Р. А., Челенков А. П. та ін.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** В авторських дослідженнях підвищення конкурентоспроможності підприємства пропонується за різними напрямками, вибір яких

залежить від рівня конкуренції, загальноекономічного стану держави, фінансово-інституційних умов, якості конкурентного потенціалу та ін.. При цьому інноваційну стратегію слід розглядати не як одну із компонентів формування місії конкурентоспроможності чи політики забезпечення конкурентних переваг підприємства, а як структурну складову процесу управління підприємством в контексті забезпечення та підтримання високого рівня конкурентоспроможності.

**Метою статті** є обґрунтування функціональної залежності конкурентоспроможності підприємства від розробки інноваційної стратегії, визначення пріоритетів та напрямів діяльності підприємства при реалізації інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності та ідентифікація загальних інноваційних стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємства.

**Виклад основного матеріалу.** Для того, щоб реалізувати свої конкурентні переваги, підприємству слід забезпечити повне використання усіх внутрішніх ресурсів шляхом здійснення інноваційних заходів щодо досягнення високої гнучкості виробництва, постійного оновлення продукції, впровадження високотехнологічних способів виробництва, забезпечення високої якості продукції при мінімальних витратах, високого рівня сервісного обслуговування з урахуванням вимог споживачів, оперативного впливу на витрати виробництва, створення ефективної системи управління підприємством, яка буде здатною реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі.

Вважаємо, що реалізувати конкурентні переваги та підвищити свою конкурентоспроможність підприємству можна лише за допомогою правильного вибору інноваційної стратегії та механізму ефективної її реалізації (рис. 1).

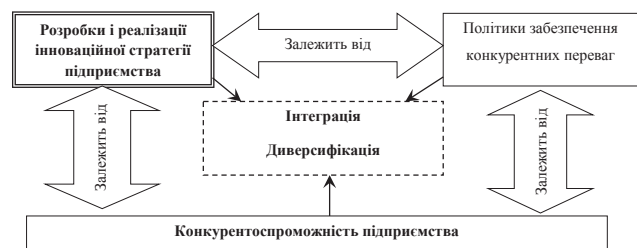


Рис. 1. Схема функціональної залежності конкурентоспроможності підприємства від розробки і реалізації інноваційної стратегії

Джерело: розроблено авторами

Як видно з рис. 1, процес розробки і реалізації інноваційної стратегії підприємства залежить від наявних конкурентних переваг підприємства та рівня конкурентоспроможності; конкурентоспроможність підприємства залежить від того, яку інноваційну стратегію обере підприємство для реалізації наявних конкурентних переваг. Зауважимо, що вибір інноваційної стратегії, головним чином, залежить від ресурсів, якими воно володіє підприємство, і від того, які конкурентні переваги формуються при використанні цих ресурсів. Інноваційна стратегія необхідна підприємству, що претендує на посилення конкурентного впливу на ринку. Рационально розроблена інноваційна стратегія – це основа забезпечення конкурентоспроможності підприємства, досягнення стійкої конкурентної позиції [2, с. 239-250; 6, с. 159-175; 8, с. 5-8].

На нашу думку, інноваційна стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства – це сукупність підходів і напрямів, що розробляються керівництвом підприємства з метою досягнення високих фінансово-економічних показників функціонування в одній конкретній сфері діяльності. При цьому, саме цільове визначення таких показників передбачає вибір конкретних засобів конкурентної боротьби підприємства на цільових ринках і виступає як: своєчасна реакція на зміни в галузі, в економіці в цілому, в політиці й інших значущих сферах; розробка конкурентоздатних заходів і дій, ринкових підходів, які можуть забезпечити міцну перевагу перед конкурентами; об'єднання стратегічних ініціатив функціональних відділів; вирішення конкретних стратегічних проблем, актуальних в даний момент.

Інноваційна стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства – це реалізація концепції, в якій поєднуються цільовий та інтегральний підходи до діяльності підприємства, що дає можливість встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями та приводити у відповідність шляхом розробки та реалізації «стратегічного набору» управлінських рішень.

Концепція інноваційного підвищення конкурентоспроможності підприємства лежить в основі його стратегічного розвитку і виявляється у характерних рисах її застосування. При цьому характерні риси інноваційної стратегії обумовлюються взаємодією таких чинників, як стратегічного планування, стратегічного маркетингу, фінансової стратегії, стратегічного контролінгу, техніко-технологічного розвитку, логістичної стратегії та ін. Ці чинники взаємодіють і взаємозалежать при виникненні змін на різних етапах стратегічного управління: від початку виробництва до випуску і реалізації продукції. На них впливають фактори зовнішнього середовища: законодавчі і політичні, економічні й конкуренції, постачальники і технології, соціальні і культурні. Крім цього, справляють вплив чинники внутрішнього середовища: галузева приналежність і розміри підприємства, тип виробництва, рівні спеціалізації, концентрації та кооперації, а також науково-технічного потенціалу тощо [4, с. 8-12; 8, с. 10-13; 9, с. 115-140].

Відмітимо такі основні підходи до розробки інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства, як (1) прагнення інтегруватись у конкурентне середовище як виробник із низькими витратами, (2) досягнення диверсифікації, заснованої на таких перевагах, як якість, показники роботи, обслуговування, стиль, технологічна перевага, висока цінність, (3) концентрація уваги на невеликому сегменті ринку шляхом якісного виконання роботи

порівняно з конкурентами і задоволення окремих потреб покупців. При цьому, існує дуже широкий спектр стратегій ринкової конкуренції, які можливо об'єднати в систему інноваційних стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємства як сукупність інноваційних стратегій, спрямованих на адаптацію підприємства до умов конкуренції та зміцнення його довгострокової конкурентної позиції на ринку (рис. 2).

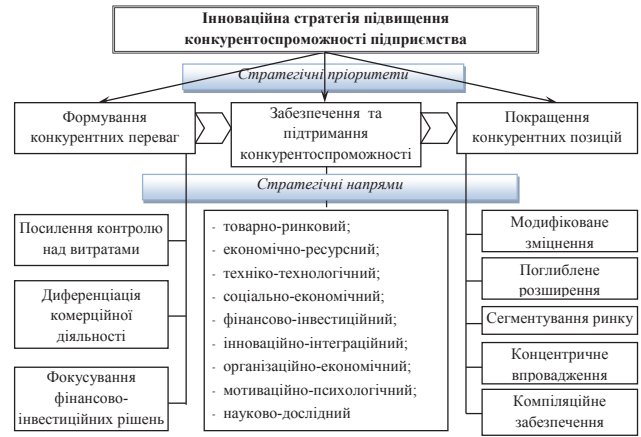


Рис. 2. Пріоритети та напрями діяльності підприємства при реалізації інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності

Джерело: розроблено авторами

Як видно з рис. 2, при розробці інноваційної стратегії пріоритетами підприємства у підвищенні конкурентоспроможності слід вважати формування конкурентних переваг, забезпечення та підтримання високого рівня конкурентоспроможності, покращення конкурентних позицій. Так, формування конкурентних переваг підприємства відбувається шляхом вибору інструментів зменшення витрат, диференціації комерційної діяльності та рівня фінансово-інвестиційних ризиків. При цьому враховується унікальність продукції та становище підприємства стосовно рівня економії операційних витрат.

Більше того, розробка інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності повинна стосуватись стратегічної мети та конкурентних переваг підприємства на ринку (рис. 3).

		СТРАТЕГІЧНА ПЕРЕВАГА	
		Висока інвестиційна привабливість	Низька витратомісткість забезпечення конкурентних переваг
СТРАТЕГІЧНА МЕТА	У рамках ринку	Диференціація інвестиційно-інноваційної діяльності	Найменші сукупні витрати стосовно інноваційного розвитку
	Тільки у цільовому сегменті ринку	Зосередження на запровадженні інноваційних підходів до підвищення конкурентоспроможності	

Рис. 3. Загальні інноваційні стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства (класифікація за підходом М. Портера)

Джерело: розроблено авторами за [11, с. 250-259]

Так, інноваційний розвиток підприємства може бути досягнутий на основі зниження витрат, що потребуватиме оптимізації усіх частин виробничо-управлінської системи, а саме виробничих потужностей, рівня витрат на сировину, матеріали, енергоносії, продуктивності праці. З іншого боку, ця стратегія може сприяти зниженню інших параметрів конкурентоспроможності – якості виготовлення окремих деталей, відповідного рівня сервісу. Конкурентні переваги низьких витрат особливо важливі у

випадках, коли на ринку переважає цінова конкуренція, продукція має високий рівень стандартизації і витрати покупців на перехід до споживання продукції конкуруючих підприємств незначні.

Диференціація інвестиційно-інноваційної діяльності передбачає використання елементів унікальності у виробництві та збуті продуктів, які мають цінність для споживачів. Ця додаткова цінність, якої не мають продукти конкуруючих підприємств та дозволяє підприємству-виробнику отримувати премію, яка являє собою різницю між ціною, що призначає виробник, та середньою ціною у галузі. Успіх такої інноваційної стратегії вимагає відповідності між потребами у диференціації, які мають споживачі, та можливостями підприємства забезпечити цю диференціацію. Диференціація створює сприятливі умови для взаємодії з усіма п'ятьма елементами проміжного середовища організації і, за умови ефективної реалізації, дозволяє отримувати вищі прибутки, ніж стратегія контролю над витратами.

Щодо фокусування, то це більш глибока диференціація продукції, що випускається підприємством, або досягнення нижчих витрат у зосередженому сегменті ринку. Іноді обидві сторони цієї стратегії реалізуються одночасно. Для конкретного підприємства фокусування являє собою комплекс рішень щодо переліку цільових сегментів та вибору способів позиціонування продукції в кожному з цільових сегментів ринку [3, с. 11-15; 6, с. 160-170; 7, с. 140-150; 10, с. 92-103; 11, с. 250-259].

Доповнення та розвиток концепції М. Портера шляхом видозміни базових стратегій конкуренції здійснив Г. Л. Азоев та А. П. Челенков [1, с. 106-123]. Відповідно до їхніх досліджень базова інноваційна стратегія являє собою основу конкурентної поведінки підприємства на ринку і описує схему забезпечення переваг над конкурентами та формує стратегію управління підприємством. Відтак, виділяємо наступні стратегічні інноваційні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства:

- стратегія модифікованого зміцнення – орієнтована на масовий випуск інноваційної продукції, що більш ефективно та потребує менших питомих витрат, ніж виготовлення невеликих партій різнорідної продукції. Стимулом до її використання є значна економія на масштабі виробництва та залучення великої кількості споживачів, для яких ціна є визначальним фактором при покупці;

- стратегія поглибленого розширення – базується на спеціалізації у виготовленні інноваційної продукції, яка є модифікацією стандартного виробу;

- стратегія сегментування ринку – спрямована на забезпечення переваг над конкурентами у відокремленому та часто єдиному сегменті ринку, який виділяється на основі географічного, психографічного, поведінського, демографічного або інших принципів сегментації;

- стратегія концентричного впровадження – виробники не зв'язують себе необхідністю знижувати собівартість продукції, що виробляється, диференціювати її тощо. Головна мета – випередити конкурентів та одноособово зайняти ринкову нішу, де конкуренція відсутня або дуже мала;

- стратегія компліційного забезпечення – має на меті максимально швидко задоволення виникаючих нових потреб у різних сферах діяльності. Основний принцип поведінки – вибір та реалізація інноваційних проектів, найбільш рентабельних у поточних ринкових умовах.

Оскільки в основі будь-якої переваги над конкурентами лежить позитивна відмінність підприємства, то ця відмінність за ринкових умов має

бути відображена через раціональне чи сприйняте споживачем співвідношення «якість – ціна». Відмінність підприємств за ціною чи якістю продукції завжди є відносною, тобто обов'язково має існувати певна база для порівняння, а певний еталонний рівень встановлюється за тими якісними ознаками продукції, яким віддає перевагу більшість покупців, або визначається тим обов'язковим мінімумом якісних властивостей, за наявності якого більшість покупців приймає позитивне рішення щодо придбання певної продукції за умов відповідності ціни даного рівня якості.

Вважаємо, що інноваційну стратегію підвищення конкурентоспроможності підприємства слід розглядати як процес управління підприємством для успішної її реалізації. У ширшому сенсі для підвищення конкурентоспроможності необхідна систематична робота по всьому виробничо-господарському циклу, що приводить до конкурентних переваг у області виробництва, управління, фінансів, маркетингу. Інноваційна стратегія підвищення конкурентоспроможності здійснюється в контексті місії підприємства, і його фундаментальна задача полягає в тому, щоб забезпечити взаємозв'язок місії з основними цілями в умовах змінного економічного середовища. Отже, інноваційна стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства – це прогнозне управління, пов'язане з розробкою і концептуалізацією уявлень про те, куди прямує підприємство.

Суть інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства полягає в тому, що на підприємствах, з одного боку, існує чітко виділене і організоване, так зване «формальне» стратегічне планування, а з іншого боку, структура управління, механізми взаємодії окремих підрозділів побудовані так, щоб забезпечити інноваційну розробку довгострокової стратегії та її реалізацію через поточні виробничо-господарські плани. При цьому, особлива увага приділяється створенню адекватних, гнучких структур управління підприємством [4, с. 10-18; 5, с. 102-124; 9, с. 120-145].

Відзначимо, що при розробці інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності необхідно визначити критерії оцінки як процесу її реалізації, так і оцінки стану підприємства, тобто провести аналіз віддачі від стратегії. При цьому необхідно враховувати, що інноваційна стратегія оцінює та визначає майбутню конкурентоспроможність різних напрямків діяльності підприємства і є основою прийняття стратегічних управлінських рішень. А управлінські рішення щодо підвищення конкурентоспроможності орієнтовані на майбутнє та на постійні зміни в зовнішньому середовищі і всередині підприємства, пов'язані з залученням значних матеріальних ресурсів, широким використанням інтелектуального потенціалу і неперервно розвиваючих технологій, мають значну невизначеність, характеризуються гнучкістю, здатністю адаптації до змін ринкових умов.

Процес прийняття інноваційних управлінських рішень вимагає системного підходу, оскільки менеджери приймають рішення, які пов'язані з певними зобов'язаннями і необхідністю перетворення їх у конкретні фінансові результати. З усіх доступних альтернатив необхідно вибрати рішення, яке дозволить досягнути певної стратегічної мети найкоротшим шляхом, тобто з найбільшими вигодами і найменшими витратами. При цьому альтернативність управлінських рішень підвищення конкурентоспроможності підприємства може мати різну форму: стандартне рішення, при прийнятті якого існує фіксований набір альтернатив; бінарне рішення

ня; багатозначне альтернативне рішення; новаторське рішення, коли потрібно діяти, але прийнятних альтернатив немає.

Підтвердженням актуальності використання системного підходу при реалізації інноваційних стратегічних рішень є їх цільове спрямування, а саме: подолання або обмеження кількості деструктивних чинників впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства шляхом формування захисту проти них; використання позитивних зовнішніх чинників впливу для нарощування та реалізації конкурентних переваг підприємства; забезпечення гнучкості управлінських дій і рішень – їх синхронізації з динамікою дії негативних і позитивних чинників конкуренції на певному ринку. При цьому використання системного підходу до обрання інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності дозволить підвищити ступінь послідовного перетворення підприємства на конкурентоспроможні комплекси динамічного розвитку в низькопривабливому інвестиційному середовищі. Все це вимагає створення цілісної інформаційної бази даних проведення оцінювання політики забезпечення кон-

курентних переваг підприємства. Водночас, кожне стратегічне рішення повинно прийматись, виходячи з певних припущень про різні фактори з урахуванням фінансово-інвестиційного ризику тих альтернатив, які аналізуються [3, с. 11-14; 6, с. 160-175; 7, с. 150-170; 8, с. 14-18; 10, с. 101-129].

**Висновки та пропозиції.** Інноваційна стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства – це ретельно розроблена програма заходів, які мають бути реалізовані підприємством з метою досягнення високої конкурентної позиції на ринку та адаптації до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі. При виборі інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно провести ретельний порівняльний аналіз множини стратегічних альтернатив, результатом якого має стати висновок про те, чи приведе обрана стратегія до досягнення поставлених цілей. Водночас, вибір стратегічних альтернатив підвищення конкурентоспроможності підприємству слід здійснювати за допомогою критеріїв та індикаторів, які допоможуть кількісно оцінити доцільність реалізації обраної інноваційної стратегії.

### Список літератури:

1. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М., 2000. – 256 с.
2. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К.: ЦНЛ, 2006. – 384 с.
3. Журан О. А. Умови формування характеристик конкурентоспроможності підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: економіка, організація та управління підприємствами / Олена Анатоліївна Журан; [Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова]. – О., 2006. – 22 с.
4. Іващенко Г. А. Оцінка організаційно-економічних факторів формування конкурентоспроможності підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами / Ганна Анатоліївна Іващенко; [Харківський національний економічний університет]. – Х., 2005. – 20 с.
5. Качмарик Я. Д. Економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства: моног. / Я. Д. Качмарик, П. О. Куцик, Р. Л. Лупак, І. Я. Качмарик. – Львів: Літературна агенція «Піраміда», 2012. – 208 с.
6. Клименко С. М. Управление конкурентоспособностью предприятия: навч. посіб. / С. М. Клименко, Д. О. Барабась, Т. В. Омельяненко, О. С. Дуброва, А. В. Вакулєнко. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
7. Магас Н. В. Фінансово-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Наталія Василівна Магас; [ДВНЗ Ужгородський національний університет]. – Ужгород, 2014. – 279 с.
8. Найдєнко О. Є. Внутрішньовиробничі аспекти формування конкурентної стратегії підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами / Олексій Євгенович Найдєнко; [Харківський національний економічний університет]. – Х., 2006. – 25 с.
9. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підруч. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.
10. Шинкаренко В. Г. Управление конкурентоспособностью предприятия: моногр. / В. Г. Шинкаренко, А. С. Бондаренко. – Харьков: Изд-во ХНАДУ, 2003. – 188 с.
11. Michael E Porter Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance New York: Free Press; London: Collier Macmillan, 1985. – 592 p.

**Лупак Р.Л., Балабан Л.О.**

Львовская коммерческая академия

## ИДЕНТИФИКАЦИЯ СИСТЕМНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

### Аннотация

В статье доказано важность разработки и реализации инновационной стратегии повышения конкурентоспособности предприятия в контексте политики обеспечения конкурентных преимуществ и интеграции, диверсификации и специализации коммерческой деятельности. Обосновано сущность инновационной стратегии повышения конкурентоспособности предприятия, определены характерные признаки и основные подходы к ее разработке. Установлено приоритеты и направления деятельности предприятия при реализации инновационной стратегии повышения конкурентоспособности. Выделены общие инновационные стратегии повышения конкурентоспособности предприятия и важность системного подхода при их разработке и реализации.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность предприятия, инновационная стратегия, конкурентные преимущества, повышения, управления.

Lupak R.L., Balaban L.O.  
Lviv Academy of Commerce

## IDENTIFICATION OF SYSTEM CHARACTERISTICS INNOVATIVE STRATEGIES TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

### Summary

The paper proved the importance of developing and implementing an innovative strategy to increase competitiveness in the context of providing competitive advantages and integration, diversification and specialization of business. The essence of innovation strategy to increase the competitiveness of enterprises and the characteristics and basic approaches to its development. The priorities and direction of the company in the implementation of an innovative strategy to increase competitiveness. Author determined the overall innovation strategy of increasing the competitiveness of enterprises and the importance of a systematic approach in their design and implementation.

**Keywords:** competitiveness enterprise, innovation strategy, competitive advantage, increase, management.

УДК 336.76:338.2

## ГРОШОВО-КРЕДИТНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Макарчук І.М.

Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди

У статті проаналізовано особливості використання інструментів грошово-кредитної політики та їх ефективність в умовах світової фінансової кризи та посткризовий період. Визначено пріоритетні шляхи розвитку грошово-кредитної політики в майбутньому та розроблено шляхи подолання проблем і підвищення ефективності грошово-кредитної політики.

**Ключові слова:** грошово-кредитна політика, інструменти грошово-кредитної політики, підвищення ефективності, фінансово-кредитна система країни, центральний банк.

**Постановка проблеми.** Фінансова криза в Україні набула масштабного характеру і стала серйозним викликом, особливо у сфері грошово-кредитної політики. Наслідки фінансової кризи приголомшують своєю глибиною, масштабами розгортання, формами прояву, безпрецедентною динамікою. Криза охопила і фінансову, й економічну сферу.

**Актуальність.** Питання ефективної грошово-кредитної політики сьогодні важко переоцінити для України. Економіка України знаходиться на перехідному етапі і вибір правильної грошово-кредитної політики впливатиме на її подальше економічне зростання. Досвід багатьох країн світу свідчить, що ефективне поєднання різних інструментів державного регулювання грошово-кредитної сфери дає змогу вирішити проблему тимчасової нестачі ліквідності фінансових посередників, запобігаючи при цьому її переростанню в кризу платоспроможності, а також ефективно використовувати можливості для зростання та розвитку економіки як єдиного цілого.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Зростання ролі грошово-кредитної політики у загальноекономічній політиці держави зумовлює необхідність її вдосконалення. На окремі аспекти сучасного стану грошово-кредитної політики України та основних засад її формування звертали увагу відомі економісти: І. Ветрова, А. Гальчинський, О. Дзюбенко, О. Дзюблюк, В. Лагутін, С. Леонов, М. Мороз, О. Папаїка, В. Прадун, М. Пуховкіна, М. Савлук, Є. Свіридов, А. Сомик, А. Щетинін, О. Шульгіна та ін., виявляючи наявні можливості підвищення її ефективності.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Таким чином, проблеми розроблення грошово-кредитної політики України у напрямі підвищення її прозорості й ефективності досліджу-

ють багато вітчизняних учених, проте, незважаючи на значні здобутки науковців, існує необхідність подальшого аналізу ефективності грошово-кредитної політики, особливо в умовах фінансової нестабільності, задля пошуку шляхів подолання недоліків монетарного регулювання та підвищення його результативності. Саме це і визначає актуальність та практичну цінність дослідження основних засад формування сучасної грошово-кредитної політики Національного банку України.

**Метою статті** є визначення засад здійснення грошово-кредитної політики України на сучасному етапі.

**Виклад основного матеріалу.** Розвиток економічних відносин в Україні на сучасному етапі вимагає прозорості грошово-кредитної політики та її узгодженості із іншими складовими загальноекономічної політики держави. Саме тому висувуються нові вимоги до розроблення, виконання та підзвітності грошово-кредитної політики України. Належний рівень прозорості має забезпечити основне підґрунтя її ефективності щодо досягнення цінової стабільності – високу довіру суспільства та відповідність ринкових очікувань загальному вектору грошово-кредитної політики.

Значне зниження зовнішнього попиту на вітчизняну продукцію, згорання іноземних інвестицій, суттєве ускладнення доступу до зовнішніх фінансових ресурсів, необхідних для реформування економіки, викликало падіння виробництва, скорочення експорту, зменшення всіх видів доходів, особливо валютних, обумовило труднощі з наповненням бюджету, спрочинення перевищення попиту на іноземну валюту над її пропозицією. Це спровокувало девальваційні процеси, ажіотажні настрої у населення щодо купівлі валюти та вилучення коштів з банківської системи, що відобразилося на її ослабленні, зменшенні кредитування економіки, скоро-