

10. Модель зворотного зв'язку (Feedback Loop Model): ця модель підкреслює важливість збору та аналізу зворотного зв'язку від клієнтів, щоб адаптувати та вдосконалювати маркетингові стратегії.

11. Модель інтерактивних маркетингових комунікацій (Interactive Marketing Communications Model): ця модель відображає взаємодію між брендом і споживачами через активну участь та взаємодію в онлайн та офлайн середовищах.

12. Модель маркетингової комунікації у соціальних мережах: Ця модель фокусується на використанні соціальних медіа для взаємодії з цільовою аудиторією та сприяння позитивного образу бренду.

13. Модель вірального маркетингу: ця модель розглядає процес поширення інформації через мережі контактів та вірусних механізмів, які можуть забезпечити ефективне поширення маркетингового повідомлення.

14. Модель залучення користувача (User Engagement Model): ця модель відображає стратегії та інструменти для залучення та взаємодії з користувачами з метою створення глибшого зв'язку та впливу.

Ці моделі надають різні підходи до розуміння та організації маркетингових комунікацій, що допомагає маркетологам ефективно планувати та впроваджувати свої маркетингові стратегії.

Маркетингові комунікації в сучасному світі є досить потоковим і багатограним процесом, для якісного вивчення якого і керування яким потрібна систематизація. В якості вивчення, спрощеного формулювання, в науці приходять на допомогу системне моделювання, яке дозволяє уявити процеси більш факторно. Моделі маркетингових комунікацій вже формуються відомими світовими маркетологами більше 50 років і передаються поколіннями спеціалістів, що дає змогу використовувати накопичений досвід, залучати успішні практики в бізнес проектах. Для України більш актуальні моделі стали: централізована планова модель; модель Котлера (модель маркетинг міксів, 4Р маркетинг).

Моделі перестають використовуватися одночасно, бізнес залучає одночасно кращі елементи з різних моделей. Потоки інформації на стільки ускладнюються, що звичайна людина такими обсягами даних немає фізичної можливості, стає потреба в надлюдині, яка може консолідувати гігабайти інформації, аналізувати, та приймати ефективні рішення. На допомогу в такому разі приходять рішення інтернет-технологій і штучний інтелект. Саме штучний інтелект дозволяє з'єднати одночасно дані, потреби ринку, і координувати маркетингові зусилля для отримання бажаного результату. Тема штучного інтелекту є також глибокою як і моделювання, тому це ми опишемо в наступних дослідженнях.

#### **Література:**

1. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг. Менеджмент – СПб.: Питер, 2012. – 816 с.
2. Levitt, T. (1960). Marketing Myopia. *Harvard Business Review*, 38(4), с. 45-56.
3. Drucker, Peter F. (1954). *The Practice of Management*. с. 53-110

**Чаповська С.М.**

магістр, здобувач гр. МЕ-23М

**Кіріченко О.В.**

кандидат економічних наук, доцент

Центральноукраїнський національний технічний університет

м. Кропивницький, Україна

## **СУЧАСНИЙ РІВЕНЬ КОНЦЕНТРАЦІЇ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ ТА ЙОГО ПОДАЛЬШІ ПЕРСПЕКТИВИ**

Сучасний рівень концентрації ринку банківських послуг в Україні є важливим аспектом, який впливає на конкурентоспроможність, стабільність та інноваційність банківського сектору. В умовах глобалізації та цифровізації фінансових послуг, концентрація

ринку стає ключовим фактором, що визначає динаміку розвитку банківської системи та її здатність задовольняти потреби клієнтів.

Україна, як країна з перехідною економікою, проходить через період значних змін та реформ у банківському секторі. Починаючи з фінансової кризи 2008 року та подальших подій, включаючи реформи та реструктуризацію банків, концентрація ринку банківських послуг в Україні зазнала значних змін. Ці зміни впливають на конкурентне середовище, доступність фінансових послуг для населення та бізнесу, а також на загальну стабільність фінансової системи.

Останні роки, особливо з 2020 року, були відзначені пандемією COVID-19, яка спричинила значні економічні потрясіння та зміни у споживчій поведінці. Ці події призвели до прискорення цифровізації фінансових послуг та зміни структури банківського сектору. Крім того, політична нестабільність та зовнішні економічні фактори, такі як війна в Україні, також вплинули на динаміку концентрації ринку банківських послуг.

Події 2022 року, зокрема повномасштабне вторгнення росії в Україну, спричинили значні економічні та фінансові виклики для країни. Воєнні дії призвели до масових руйнувань інфраструктури, зниження економічної активності та зростання невизначеності. Ці фактори вплинули на банківський сектор, змінивши його структуру та концентрацію. Регуляторні заходи, такі як введення санкцій та обмежень на фінансові операції, також вплинули на динаміку банківського ринку [2].

Ринок банківських послуг в Україні характеризується високим рівнем концентрації, що є результатом тривалих процесів консолідації та реструктуризації банківського сектору. За даними Національного банку України, станом на 2023 рік, найбільші банки країни контролюють значну частку ринку. Така концентрація ринку має як позитивні, так і негативні наслідки для економіки та фінансової системи країни.

З одного боку, висока концентрація ринку може сприяти стабільності фінансової системи, оскільки великі банки мають більше ресурсів для забезпечення ліквідності та стійкості. Вони також можуть інвестувати більше коштів у технологічні інновації та покращення якості обслуговування клієнтів. З іншого боку, висока концентрація ринку може призвести до зниження конкуренції, що може негативно вплинути на якість та доступність банківських послуг для населення та бізнесу.

Концентрація ринку банківських послуг в Україні формується під впливом різноманітних факторів, включаючи регуляторні заходи, технологічні інновації та зовнішні економічні умови. Регуляторні заходи, такі як вимоги до капіталу та ліквідності, а також заходи з очищення банківського сектору, сприяли консолідації ринку. Наприклад, реформи, проведені Національним банком України, спрямовані на закриття неплатоспроможних банків та зміцнення фінансової стійкості сектору, призвели до зменшення кількості банків та збільшення концентрації ринку [1].

Технологічні інновації також відіграють важливу роль у формуванні концентрації ринку. Великі банки мають більше ресурсів для інвестування в нові технології, такі як цифрові платформи, мобільні додатки та штучний інтелект. Це дозволяє їм пропонувати більш конкурентоспроможні та зручні послуги для клієнтів, що сприяє зростанню їхньої ринкової частки.

Зовнішні економічні умови, такі як глобальні фінансові кризи, пандемія COVID-19 та війна в Україні, також впливають на концентрацію ринку банківських послуг. Наприклад, пандемія COVID-19 призвела до прискорення цифровізації фінансових послуг та зміни структури банківського сектору. Воєнні дії в Україні спричинили значні економічні та фінансові виклики, що вплинули на банківський сектор, змінивши його структуру та концентрацію.

Перспективи розвитку концентрації ринку банківських послуг в Україні залежать від ряду факторів, включаючи подальші регуляторні заходи, технологічні інновації та зовнішні економічні умови. Регуляторні заходи, спрямовані на підвищення конкуренції та захист прав споживачів, можуть сприяти зниженню концентрації ринку. Наприклад, введення заходів з

полегшення доступу нових гравців на ринок та захисту прав споживачів може сприяти зростанню конкуренції та зниженню концентрації ринку.

Технологічні інновації також можуть вплинути на перспективи розвитку концентрації ринку. Розвиток фінансових технологій (фінтех) та поява нових гравців на ринку, таких як небанки та фінансові стартапи, може сприяти зростанню конкуренції та зниженню концентрації ринку. Ці нові гравці можуть пропонувати інноваційні та конкурентоспроможні послуги, що приваблюють клієнтів та змушують традиційні банки адаптуватися до нових умов.

Зовнішні економічні умови також можуть вплинути на перспективи розвитку концентрації ринку банківських послуг. Глобальні економічні тенденції, такі як зміни в глобальних фінансових ринках та міжнародні торгові відносини, можуть вплинути на стабільність та конкурентоспроможність банківського сектору в Україні. Крім того, внутрішні економічні фактори, такі як рівень інфляції, економічне зростання та рівень безробіття, також можуть вплинути на динаміку концентрації ринку [3].

Аналіз сучасного рівня концентрації ринку банківських послуг в Україні та його перспектив показує, що цей процес є складним та багатограним. Висока концентрація ринку має як позитивні, так і негативні наслідки для економіки та фінансової системи країни. Регуляторні заходи, технологічні інновації та зовнішні економічні умови відіграють ключову роль у формуванні та розвитку концентрації ринку.

Для забезпечення стабільності та конкурентоспроможності банківського сектору в Україні необхідно розробити та впровадити комплексні стратегії, спрямовані на підвищення конкуренції та захист прав споживачів. Це може включати заходи з полегшення доступу нових гравців на ринок, розвиток фінансових технологій та впровадження інноваційних послуг.

#### **Література:**

1. Маринчак Л. Р., Савчин Л. М. Антикризове банківське управління в умовах надзвичайних ситуацій. Науковий вісник ІФНТУНГ. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості. 2023. № 1(27). С. 101-110. DOI: 10.31471/2409-0948-2023-1(27)-101-110.
2. Самотей В., Глуценко О. Сучасний стан та перспективи розвитку банківської системи України. Collection of Scientific Papers «ΛΟΓΟΣ», (November 11, 2022; Paris, France). 2022. С. 21-22. DOI: <https://doi.org/10.36074/logos-11.11.2022.05>.
3. Федевич, Л., Ливдар, М., & Межирицька, Я. (2020). Банківська система України: сучасний стан та перспективи розвитку. Економіка та суспільство, 21, 21-27.

**Чорна О. А.**

кандидат економічних наук,  
Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ, Україна

### **ЗМІНИ УПРАВЛІНСЬКОГО МИСЛЕННЯ КЕРІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

Цифровізація економіки все більше набирає темп в світі і в Україні та відбувається за такими основними напрямками: 1) Управлінські бізнес-інновації за концепцією SMAC (Social - соціальний, Mobility - мобільний, Analytics - аналітичний, Cloud - хмарний). 2) Нові види бізнесу і підприємницької діяльності (віртуальні, інформаційні, цифрові, мережеві). Цифрові і онлайн послуги. Нові сектори економіки. 3) Цифрові інструменти управління підприємством. 4) Трансформація в сфері управління людським капіталом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблем управління в умовах цифровізації економіки свідчить про неадекватну увагу до питань трансформації управлінського мислення керівників підприємств в умовах цифровізації економіки.