

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ПРОБЛЕМИ
СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ
В ЕКОНОМІЦІ**

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 3(65)

Частина 1

Київ-2018

Головний редактор: **Смерічевський Сергій Францович**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Національного авіаційного університету.

Заступник головного редактора: **Засанський Володимир В'ячеславович**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної теорії Національного авіаційного університету.

Відповідальний секретар: **Радченко Ганна Анатоліївна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Національного авіаційного університету.

Редакційна колегія:

Кизим Микола Олександрович, доктор економічних наук, професор, член-кореспондент Національної академії наук України, Заслужений економіст України, директор Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України.

Колот Анатолій Михайлович, доктор економічних наук, професор, проректор з науково-педагогічної роботи Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана.

Корж Марина Володимирівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу Національного авіаційного університету.

Крейдич Ірина Миколаївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри теоретичної та прикладної економіки Національного технічного університету "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського".

Матвеев В'ячеслав Васильович, кандидат економічних наук, професор, директор Навчально-наукового інституту економіки та менеджменту Національного авіаційного університету.

Окландер Михайло Анатолійович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Одеського національного політехнічного університету.

Сохацька Олена Миколаївна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародного менеджменту та маркетингу Тернопільського національного економічного університету.

Сунцова Олеся Олександрівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки Національного авіаційного університету.

Мендель Тадеуш, Ph.D, професор економіки, ректор Європейського університету бізнесу (м. Познань, Польща).

Мелінте Клаудія, доктор економічних наук, професор, координатор National Erasmus+ Office in Moldova (м. Кишинів, Республіка Молдова).

Мамедов Махаббат Ашир огли, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки сфер обслуговування і менеджменту Азербайджанського архітектурно-будівельного університету (м. Баку, Республіка Азербайджан).

Електронна сторінка видання – www.psae-jrnl.nau.in.ua

Збірник наукових праць «**Проблеми системного підходу в економіці**» включено до переліку наукових фахових видань України в галузі економічних наук на підставі Наказу МОН України від 13 грудня 2016 року № 1604.

Науковий журнал індексується у наукометричній базі **Index Copernicus**.

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Національного авіаційного університету
на підставі Протоколу № 5 від 26 червня 2018 року.

Свідectво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія KB № 8776, видане Державною реєстраційною службою України 24.05.2004 р.

ЗМІСТ

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Волошанська А.В.

ВПЛИВ ПРОЦЕСІВ ДЕІНДУСТРІАЛІЗАЦІЇ НА ВЕЛИЧИНУ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ В КРАЇНАХ СВІТУ.....7

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ

НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Волощук Ю.О.

ДІАЛЕКТИЧНА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ЕФЕКТИВНИЙ РОЗВИТОК».....13

Калачевська Л.І.ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В ЕКОНОМІЧНО РОЗВИНУТИХ КРАЇНАХ
В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....19**Кудренко Н.В., Ніколаєнко С.М., Мисник Н.С.**

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... 25

Верхоглядова Н.І., Мардус Н.Ю.ДОСЛІДЖЕННЯ СТРУКТУРНИХ ЗМІН ОПТОВОГО ТОВАРООБОРОТУ
НА ВНУТРІШНЬОМУ РИНКУ ТОВАРІВ..... 29**Романова А.А.**

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ТУРИСТИЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ35

Філяк М.С.УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДУ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ
В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ.....40**Фісуненко Н.О.**

СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ БУДІВНИЦТВО.....46

Ціщик Р.В., Котис Н.В.СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ СТРУКТУРИ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ
ЛОГІСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ.....54**Шедяков В.Е.**

МЯГКОЕ УПРАВЛЕНИЕ НЕСИСТЕМНОЙ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ЦЕЛОСТНОСТЬЮ..... 60

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Галайда Т.О., Теницька Н.Б., Чорногорська Н.В.НЕСТАНДАРТНІ ФОРМИ ЗАЙНЯТОСТІ ПЕРСОНАЛУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА
ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇХ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ..... 66**Клімова О.І., Хороших В.В.**МЕТОДОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ІННОВАЦІЙНИХ
ПРОМИСЛОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ.....74**Ковшова І.О., Долінська А.О.**

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА..... 80

Кривов'язюк І.В., Стрільчук Р.М.ФОРМИ І МЕТОДИ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ СУЧАСНИХ
ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ..... 86**Ларіна Я.С.**МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВОГО МОНІТОРИНГУ.....93**Ліпич Л.Г., Хілуха О.А., Кушнір М.А.**СОЦІОЛОГІЧНІ ОПИТУВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА
ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ РЕЙТИНГУ РОБОТОДАВЦЯ 98

Логутова Т.Г., Полторацький М.М.

МОДЕРНИЗАЦІЯ ІНФРАСТРУКТУРИ МОРСЬКИХ ПОРТІВ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....103

Сухомлин Л.В., Різніченко Л.В., Орлова К.О.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОЇ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА
ЗА РАХУНОК ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ЙОГО РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ.....109

Павелко В.Ю.

ЗАПРОВАДЖЕННЯ ПРОГРАМ ЛОЯЛЬНОСТІ КЛІЄНТІВ УКРАЇНСЬКИХ АВІАКОМПАНІЙ –
ПЕРЕВІЗНИКІВ ЯК ЗАПОРУКА ПІДВИЩЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....115

Михайленко О.В., Риштун Х.Ю.

ЕФЕКТИВНА СИСТЕМА ПОБУДОВИ КОМПЛАЄНС-КОНТРОЛЮ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ.....120

Русин-Гриник Р.Р.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМИ СТРУКТУРАМИ
НА ЗАСАДАХ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....127

Скупейко В.В.

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПТІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....133

Смерічевська С.В.

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ
В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....138

CONTENTS

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS**Voloshanska A.V.**

INFLUENCE OF DEINDUSTRIALIZATION ON MANUFACTURING VALUE-ADDED7

ECONOMY AND NATIONAL ECONOMY MANAGEMENT**Voloshchuk Y.O.**

THE DIALECTICAL ESSENCE OF THE CONCEPT "EFFECTIVE DEVELOPMENT"13

Kalachevska L.I.TENDENCIES IN DEVELOPMENT OF RURAL TERRITORIES
IN ECONOMICALLY DEVELOPED COUNTRIES IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION.....19**Kudrenko N.V., Nikolaenko S.M., Mysnyk N.S.**

INCREASING COMPANY COMPETENTIVENESS.....25

Verhoglyadova N.I., Mardus N.Y.RESEARCH OF STRUCTURAL CHANGES IN THE WHOLESALE TRADE FACTOR
ON THE INTERNAL MARKET OF GOODS.....29**Romanova A.A.**METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE DEVELOPING
OF A TOURISM STRATEGY OF UKRAINE.....35**Filyak M.S.**IMPROVING THE APPROACH TO IMPLEMENTATION OF DEVELOPMENT STRATEGIES
IN THE UNITED TERRITORIAL COMMUNITIES.....40**Fisunenko N.O.**

CURRENT STATE AND TRENDS OF BUILDING INDUSTRY DEVELOPMENT46

Tsishchuk R.V., Kotys N.V.STATISTICAL ANALYSIS OF THE STRUCTURE AND TRENDS OF DEVELOPMENT
OF THE LOGISTIC MARKET OF UKRAINE.....54**Shedyakov V.E.**

SOFT MANAGEMENT OF NON-SYSTEM SOCIAL-CULTURAL INTEGRITY.....60

ECONOMY AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES**Galayda T.A., Tenytska N.B., Chernogorska N.V.**NON-STANDARD FORMS OF EMPLOYMENT OF PERSONNEL OF THE SUBJECTS
ENTREPRENEURSHIP AND PROSPECTS FOR THEIR DEVELOPMENT IN UKRAINE.....66**Klimova O.I., Khoroshikh V.V.**COMPETITIVENESS MANAGEMENT METHODOLOGY OF INNOVATIVE
INDUSTRIAL TECHNOLOGIES OF ENGINEERING ENTERPRISES.....74**Kovshova I.O., Dolinska A.O.**

ENTERPRISE PERSONNEL EVALUATION SYSTEM.....80

Kryvovyazyuk I.V., Strilchuk R.M.FORMS AND METHODS OF INTENSIFYING AND MANAGING MODERN ENTERPRISES
OF MACHINE BUILDING86**Larina Y.S.**METHODOLOGICAL APPROACHES TO ENSURING ECONOMIC STABILITY
OF ENTERPRISES ON THE BASIS OF MARKETING MONITORING.....93**Lipych L.G., Khilykha O.A., Kushnir M.A.**SOCIOLOGICAL REVIEWS OF THE ENTERPRISE EMPLOYEES
AS AN INSTRUMENT FOR THE EMPLOYER RATING98

Logutova T.H., Poltoratskiy M.M. MODERNIZATION OF SEAPORTS INFRASTRUCTURE OF UKRAINE UNDER MODERN CONDITIONS.....	103
Sukhomlyn L.V., Riznichenko L.V., Orlova K.O. ENSURING OF THE ENTERPRISE COMPETITIVE POSITION THROUGH THE EFFICIENT MANAGEMENT OF ITS RESOURCE POTENTIAL.....	109
Pavelko V.Yu. THE CUSTOMERS' LOYALTY PROGRAMS IMPLEMENTATION OF UKRAINIAN AIRLINES – CARRIERS AS A PLEDGE TO IMPROVE THEIR COMPETITIVENESS.....	115
Ryshtun K.Yu. THE EFFECTIVE SYSTEM OF ESTABLISHING COMPLIANCE CONTROL IN BANKING INSTITUTIONS.....	120
Rusyn-Grynyk R.R. THE MANAGEMENT SYSTEM FORMATION FOR ENTREPRENEURIAL STRUCTURES ON THE BASES OF ENSURING THEIR COMPETITIVENESS.....	127
Skupeyko V.V. EVOLUTION OF THE CONCEPTS OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS.....	133
Smerichivska S.V. METHODOLOGICAL BASIS OF SPACE ORGANIZATION OF THE NATIONAL ECONOMY IN CONDITIONS OF GLOBALIZATION.....	138

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.7

Волошанська А.В.аспірант
Львівського національного університету
імені Івана Франка**ВПЛИВ ПРОЦЕСІВ ДЕІНДУСТРІАЛІЗАЦІЇ
НА ВЕЛИЧИНУ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ В КРАЇНАХ СВІТУ**

У статті досліджено деіндустріалізацію, що проявляється у значному зменшенні ролі вторинного сектору у формуванні валової доданої вартості та валового внутрішнього продукту, інколи – у зниженні обсягів виробництва. Розглянуто створення доданої вартості у різних країнах світу та її взаємозв'язок із процесами деіндустріалізації. Доведено, що економічне зростання залежить від доданої вартості, яка створюється в економічній системі і формує основу національного багатства, що є базисом економіки розвитку держави. Для забезпечення ефективного функціонування економіки кожної держави слід забезпечити політику розвитку, яка формувала б умови для продукування доданої вартості. Обґрунтовано, що чим менша частка промисловості в доданій вартості була на момент початку деіндустріалізації в тій чи іншій країні, тим більшою є ймовірність негативного впливу деіндустріалізації на економічне зростання.

Ключові слова: додана вартість, деіндустріалізація, економічне зростання, розвиток, частка промисловості, функціонування економіки.

В статье исследована деиндустриализация, что проявляется в значительном уменьшении роли вторичного сектора в формировании валовой добавленной стоимости и валового внутреннего продукта, иногда – в снижении объемов производства. Рассмотрено создание добавленной стоимости в различных странах мира и ее взаимосвязь с процессами деиндустриализации. Доказано, что экономический рост зависит от добавленной стоимости, которая создается в экономической системе и формирует основу национального богатства, является базисом экономики развития государства. Для обеспечения эффективного функционирования экономики каждому государству нужно обеспечить политику развития, способную формировать условия для продуцирования добавленной стоимости. Обосновано, что чем меньше доля промышленности в добавленной стоимости была на момент начала деиндустриализации в той или иной стране, тем больше вероятность негативного влияния деиндустриализации на экономический рост.

Ключевые слова: добавленная стоимость, деиндустриализация, экономический рост, развитие, доля промышленности, функционирование экономики.

Постановка проблеми. Промисловість у всі часи була й є важливим джерелом динамічного розвитку економіки багатьох країн світу та світового господарства у цілому. Проте в останні роки спостерігається тенденція до зменшення ролі промислового сектору у формуванні валового внутрішнього продукту. Світовий досвід показує, що для забезпечення ефективного функціонування економіки кожної держави слід забезпечити політику розвитку, яка формувала б умови для продукування доданої вартості. Саме такі умови формуються передусім завдяки широкому поширенню та реалізації політики розвитку в економічній системі. Тому аналіз динаміки створеної доданої вартості в різних країнах світу на тлі світових економічних криз у всіх їх проявах та фазах потребує детального дослідження та обґрунтування, оскільки супроводжується ще й впливом процесів деіндустріалізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Теоретичні надбання Ю. Кіндзерського, О. Васильєва, Т. Білоборової, О. Рогача та ін. виступають підґрунтям сучасного теоретико-методологічного підходу до впливу процесів деіндустріалізації в різних країнах світу. Погоджуємося з думкою О.В. Васильєва [1], що економічне зростання залежить від величини доданої вартості, яка створюється в економічній системі й формує основу національного багатства, що є базисом економіки розвитку держави. Разом із тим постають питання щодо тенденцій розвитку різних галузей промисловості в різних країнах унаслідок впливу деіндустріалізації та, відповідно, створення доданої вартості в різних країнах. Аналізу цих проблем і присвячена дана стаття.

Метою дослідження є аналіз взаємовпливу процесів деіндустріалізації та створення доданої вартості в різних країнах світу.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Згідно з Оксфордським словником, додана вартість – це сума, на яку збільшується вартість продукту на кожному етапі його виробництва за винятком початкових витрат [2].

Практикою доведено, що чим меншою є частка промисловості у доданій вартості на момент початку деіндустріалізації, тим більшою є ймовірність негативного впливу деіндустріалізації на економічне зростання. О.В. Васильєв та А.І. Німкович стверджують [1], що економічне зростання залежить від доданої вартості, яка створюється в економічній системі й формує основу національного багатства, що є базисом економіки розвитку держави. Для забезпечення ефективного функціонування економіки кожної держави слід забезпечити політику розвитку, яка формувала б умови для продукування доданої вартості. Сукупні ефекти від деіндустріалізації залежать від характеристик як промисловості в період зниження її частки в економіці, так і сфери послуг, що збільшує свою частку в структурі зайнятості населення та ВВП. Роль промисловості як стимулюючого фактору є особливо важливою для країн, що розвиваються.

Статистика свідчить, що частка сільського господарства у валовій доданій вартості України в 2014 р. становила 7,8%, тоді як у розвинених країнах цей показник становить близько 2%, а частка послуг залишається недостатньо високою. Частка промисловості в структурі вітчизняної економіки дещо перевищує аналогічний показник у розвинених країнах. Загалом динаміка формування валової доданої вартості в Україні свідчить, що впродовж 2000–2014 рр. суттєво знизилася частка промисловості та в 2,2 рази знизилася питома вага сільського господарства. Натомість частка сфери послуг збільшилася в 1,4 рази [1; 10].

Таким чином, можна стверджувати, що такі зрушення у галузевій структурі української економіки відповідають світовим тенденціям і є характерними для країн із перехідною економікою. Проте процес наближення галузевої структури вітчизняної економіки до пропорцій, притаманних конкурентоспроможним розвинутим країнам світу, відбувається досить повільно, що пояснюється впливом низки чинників. Зазвичай скорочення питомої ваги реального сектора економіки має супроводжуватися суттєвим зростанням продуктивності праці на основі впровадження інноваційних технологій, проте в Україні така тенденція не спостерігається.

Статистика підтверджує, що за період 1995–2016 рр. внесок сфери послуг у створення доданої вартості у світі збільшився з 58,3%

до 63,1%, а частка виробництва зменшилася з 21,4% до 16,6% [4]. Саме стрімкий розвиток сфери послуг, зростання продуктивності праці у виробництві та зростаюча конкуренція на світовому ринку стали причинами не лише скорочення вторинного сектору економіки, а й зменшення частки промисловості у структурі світового ВВП.

Перша п'ятірка країн – лідерів у створенні доданої вартості промисловості протягом останніх тридцяти років залишається майже незмінною. Станом на 2017 р. [4] її очолює Китай. Своєю чергою, експорт промислових товарів є ключовим фактором для досягнення економічного зростання.

Результати дослідження показують, що галузева структура світової економіки за період 2000–2014 рр. залишалася майже незмінною. Найбільшу частку у валовій доданій вартості світової економіки становить сфера послуг – близько 66%, промисловість і сільське господарство становили 29% і 4% відповідно. Найбільш високий рівень розвитку сфери послуг притаманний економічно розвиненим країнам, частка послуг у валовій доданій вартості яких становила 74%. У країнах із перехідною економікою та країнах, що розвиваються, цей показник значно нижчий – відповідно 58% і 51% [8]. Порівняння галузевої структури економіки України за доданою вартістю з деякими країнами та зв'язок наявної структури з обсягами й особливостями інвестицій в інновації в кожній зі сфер представлено в табл. 1.

Результати порівняння галузевої структури вітчизняної економіки та економіки Росії свідчать, що частка послуг у валовій доданій вартості української економіки незначно перевищує аналогічний показник російської економіки; частка сільського господарства в Україні майже вдвічі перевищує аналогічний показник економіки Росії, адже Україна має сприятливий клімат і географічне положення, родючі ґрунти та розвинуте сільське господарство, продукція якої забезпечує як Україну всім необхідним, так і йде на експорт. Натомість частка промисловості у валовій доданій вартості України є нижчою на 7,1%. Це можна пояснити тим, що на території Росії як своєрідного виробника для країн СНД розташовані підприємства провідних світових компаній, обладнані сучасними технологіями, і мають досить високу додану вартість. Поряд із цим видобувні галузі (нафтохімічна та газова, алмазна тощо) мають низьку додану вартість, що спричинює зниження загального показника. Щодо порівняльного аналізу з економікою Китаю, то ця економіка характеризується значно більшою часткою доданої вартості в промисловості (найбільшою серед аналізова-

Таблиця 1

Галузева структура національних економік деяких країн за період 2000–2014 рр., % від ВВП

	Україна		Росія		Китай		США		Японія	
	2000	2014	2000	2014	2000	2014	2000	2014	2000	2014
Послуги, %	45,5	62,7	53,9	59,3	39,0	43,2	76,0	78,1	67,2	71,3
Промисловість, %	37,6	29,5	39,3	36,7	45,9	46,8	23,1	20,9	31,1	27,3
Сільське господарство, %	16,9	7,8	6,8	4,0	15,1	10,1	0,9	1,0	1,4	2,1
Валова додана вартість, %	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Джерело: складено за [8]

Таблиця 2

Країна	Частка у світовій доданій вартості	Частка доданої вартості виробництва у ВВП	Частка у світовому експорті промислових товарів	Додана вартість виробництва на душу населення, дол. США
Німеччина	6,33%	0,21	9,83%	9429,74
Японія	8,95%	0,19	4,73%	8495,83
Китай	23,45%	0,32	18,35%	2047,63
США	16,26%	0,12	8,04%	6072,59
Південна Корея	3,07%	0,29	4,27%	7336,36
Швейцарія	0,99%	0,19	1,70%	14403,83
Бельгія	0,56%	0,13	2,92%	5961,34
Нідерланди	0,77%	0,11	3,25%	5507,62
Сінгапур	0,44%	0,19	1,28%	9536,54
Італія	2,40%	0,14	3,41%	4840,05
...				
Україна	0,13%	0,12	0,23%	342,42

Джерело: складено автором за [5]

них країн) та високою часткою сільського господарства у створенні доданої вартості.

Середній рівень зростання світової доданої вартості промисловості становить від 2,9% до 3,1%. У розвинених країнах цей показник знаходиться у межах 2,3–1,3%, тоді як у країнах, що розвиваються, він є дещо вищим – 5,0–6,5% [5].

Серед країн, що розвиваються, найбільш інтенсивні процеси росту промислового виробництва спостерігаються останніми роками в Китаї, Індії, Бразилії, а також у «нових індустріальних» країнах Азії. Зокрема, стрімке зростання Китаю стало вагомою подією у розвитку світової промисловості. Якщо в 1980 р. країна займала восьму позицію (3,3% ВДВ світової промисловості), до 2009 р. – зайняла другу позицію у світовому рейтингу, то в 2016 р. стала лідером у більшості підгалузей виробництва.

Отже, найбільшим експортером промислових товарів є Китай (табл. 2). Частка країни у світовому експорті промислових товарів становила 18,35% [5], а приріст обсягів експорту промислових товарів у 2000–2015 рр. – 16%, що значно перевищує світовий показник у 6%. У групі країн, що розвиваються, та нових індустріальних країн лідируючі позиції, крім Китаю,

займають Мексика, Індія, Таїланд та Польща – 23% світового обсягу [4].

Як видно з табл. 2, додана вартість виробництва стабільно зростає за винятком наслідків світової фінансової кризи 2009 р. Світовий показник збільшився більше ніж удвічі з 1991 р., до 12,316 млрд. дол. США в 2016 р. [5].

За своєю суттю зміни в промисловості розвинених країн відрізняються від тих, що відбуваються у країнах, що розвиваються. Це зумовлюється застосуванням нових технологій та інших досягнень науково-технічного прогресу в процесі виробництва, а також зростанням якості та ефективності виробництва й є відображенням змін у галузевій структурі промисловості в усьому світі. Найшвидші темпи зростання спостерігаються у виробництві засобів зв'язку, а також комп'ютерного та електронного обладнання [5], що є свідченням збереження високо-технологічної експортної спеціалізації країн із високим рівнем капіталомісткості.

Отже, основний технологічний потенціал та промислове виробництво залишаються зосередженими в розвинених країнах.

Аналіз табл. 4 показує, що порівняно з 2005 р. частка розвинутих країн у доданій вартості про-

Таблиця 3

**Галузева структура національної економіки країн
із різним рівнем економічного розвитку, 2000–2010 рр.**

Регіон	Показник	2000	2008	2009	2010
Світ	Валова додана вартість, %	100,00	100,00	100,00	100,00
	Сільське господарство, %	3,61	3,90	3,99	4,26
	Промисловість, %	28,92	29,76	28,00	29,41
	Послуги, %	67,47	66,33	68,01	66,34
Країни, що розвиваються	Валова додана вартість, %	100,00	100,00	100,00	100,00
	Сільське господарство, %	10,14	9,26	9,66	9,60
	Промисловість, %	36,31	40,25	38,21	39,02
	Послуги, %	53,55	50,49	52,13	51,39
Країни з перехідною економікою	Валова додана вартість, %	100,00	100,00	100,00	100,00
	Сільське господарство, %	10,34	5,73	6,12	5,58
	Промисловість, %	37,31	36,49	34,15	36,61
	Послуги, %	52,35	57,79	59,73	57,82
Розвинуті країни	Валова додана вартість, %	100,00	100,00	100,00	100,00
	Сільське господарство, %	1,68	1,52	1,39	1,45
	Промисловість, %	26,73	24,93	23,19	24,13
	Послуги, %	71,59	73,56	75,42	74,41

Джерело: складено за даними [8]

Таблиця 4

Частка у доданій вартості промисловості світу, %

Країна	1995	2005	Зміна 2005-1995	2016	Зміна 2016-2005
Розвинуті країни	68,2	49,7	-27,1	55,9	12,5
Країни що розвиваються	29,6	47,4	60,1	42,0	-11,4
Країни що розвиваються, крім Китаю	19,9	23,4	17,6	22,8	-2,56
Країни що розвиваються, крім Тайваню і Кореї	24,6	42,5	72,8	35,7	-16
Країни з перехідною економікою	2,2	2,8	27,3	2,1	-25

Джерело: складено за даними [5]

мисловості світу зросла на 12,5%. Зниження на 11,4% показують країни, що розвиваються, і на 25% – країни з перехідною економікою.

Експорт промислових товарів на душу населення є індикатором конкурентоспроможності країни на міжнародному ринку та її здатності вбирати технологічні зміни. У країнах, що розвиваються, та нових індустріальних країнах середньорічний приріст експорту промислових товарів на душу населення у 2000–2015 рр. становив 10,2%, що майже у 2,5 рази більше за аналогічний показник у розвинених країнах (4,2%). Поряд із цим абсолютний показник експорту на душу населення у 2015 р. становив 732 дол. США та 6 778 дол. США у країнах, що розвиваються, та розвинених країнах відповідно [4].

Статистика констатує, що у II кварталі 2017 р. зростання реального ВВП становило 2,3% [10]. Основними чинниками зростання ВВП стали

більш швидке відновлення внутрішнього попиту, зростання високими темпами інвестицій, активізація приватного споживання. Це відбулося завдяки зростанню доходів населення внаслідок підвищення заробітних плат у приватному секторі через високий попит на робочу силу. Також цьому сприяло поліпшення споживчих настроїв на тлі оголошених соціальних ініціатив уряду. Активізувалося приватне споживання та тривало зростання інвестицій високими темпами. Найвиразніше зростання валової додаткової вартості демонстрували орієнтовані на внутрішній попит сектори, а саме будівництво, торгівля та низка секторів послуг.

Висновки з проведеного дослідження. Зменшення частки промисловості у структурі зайнятості населення та валової доданої вартості спостерігалось впродовж останніх десятиліть у всіх розвинутих країнах світу. Це явище

здобуло назву «деіндустріалізація». Процесом деіндустріалізації можна пояснити низку змін у різних країнах. Наприклад, в одній із країн частка промислового виробництва може знижуватися завдяки зростаючій продуктивності праці у цій галузі порівняно з іншими. Коли зайнятість у галузі зростає, але продуктивність праці є низькою, росту не відбудеться, а ВВП може навіть знизитися. За одночасного зниження продуктивності праці, зменшення зайнятості та обсягів випуску продукції промисловість країни зазнає кризи.

Останні десятиліття характеризуються зростаючою технологічною інтенсивністю виробництва з переходом до продукції високих і середньо-високих технологій. Продукти галузей високих та середньо-високих технологій становлять більше ніж 60% світового експорту промислових товарів.

Практика доводить, що експорт промислових товарів зростає швидше, ніж додана вартість виробництва, причому ця тенденція спостерігається в усіх регіонах світу, що є відображенням інтернаціоналізації та глобалізації виробництва. Країни, що розвиваються, та нові індустріальні країни демонструють вищі темпи зростання як промислового виробництва, так і експорту промислових товарів. Дослідження показали, що Китай є найбільшим експортером у світі, протягом десятиліть його еко-

номіка зростала саме завдяки розвитку експорту, через продаж дешевих копій іноземних товарів на міжнародних ринках. Таким чином, Китай із його переважно високими темпами економічного зростання, високою часткою у розподілі світового ВВП та вагомою роллю у зовнішньоторговельних відносинах є великим гравцем на глобальному ринку, з яким слід рахуватися.

У світі триває нова глобальна криза. Поштовхом до неї, відповідно до «принципу доміно», можна вважати економічний спад у Китаї, що розпочався з кінця 2015 р. Економіка України, навпаки, є слабкою і значною мірою залежить від ситуації у країнах – світових лідерах, у тому числі від китайської економіки. Зважаючи на поточну системну соціально-економічну та політичну кризу в Україні, зовнішню військову агресію та ризики глобального спаду світової економіки, наша країна може в черговий раз постраждати найбільше. Для скорішого подолання кризи в Україні необхідно використовувати комплекс заходів економічного та організаційного характеру. Зокрема, щоб не бути залежною від світових катаклізмів у цілому та від поточного спаду в країні – економічному партнерові Китаї, експортоорієнтована економіка України має компенсувати втрати на світовому ринку за рахунок розвитку свого внутрішнього ринку.

Список використаних джерел:

1. Васильєв О.І., Німкович А. Вплив інновацій на формування доданої вартості в економіці. URL: <https://periodicals.karazin.ua/socoeconom/article/view/4797>.
2. Oxford Dictionary. Definition of Value Added. URL: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/value-added>.
3. Держава та економічне зростання (концепція державного регулювання відтворювальних процесів в економіці України) / За ред. д-ра екон. наук В.Є. Кваснюка. К.: Ін-т екон. прогнозів. НАН України, 2001. С. 19.
4. UNIDO Industrial development report 2018. URL: https://www.unido.org/sites/default/files/files/2017-11/IDR2018_FULL%20REPORT.pdf.
5. UNIDO CIP database. URL: <http://stat.unido.org/database/CIP%202017> (дата звернення: 17.04.2018).
6. Єрохін С.А. Трансформаційний процес та його структуризація. Актуальні проблеми економіки. 2005. № 2(44). С. 4–12.
7. Пахомов Ю. Развитие как коррекция инерционного роста в контексте глобальной конкуренции. Економічний часопис – XXI. 2004. № 3. С. 5–9.
8. Білоборова Т.О., Базавлук Н.Г. Галузева структура економіки як передумова формування національної конкурентоспроможності: міжкраїнові порівняння. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2012. № 3(54). С. 28–31.
9. Кіндзерський Ю.В. Промислова політика: стратегія і тактика структурно-технологічної перебудови. URL: <https://books.google.com.ua/books?isbn=9660271573>.
10. Статистичний щорічник України / Держкомстат України за 2017 рік. URL: www.presa.ua/statistichnij-schorichnik-ukraini-derzhkomstat-ukrai.

INFLUENCE OF DEINDUSTRIALIZATION ON MANUFACTURING VALUE-ADDED

Research objective is to examine the influence of deindustrialization processes on manufacturing value-added in various countries of the world. Manufacturing has been an important factor of economic growth of the country, however, during last years the tendency of decline of the manufacturing share in GDP is clearly noticeable. Recent experience has shown that each country needs to provide appropriate policy in order to reach proper functioning of the economy. Statistics demonstrates, that the average annual growth rate of global value-added is 2,9%-3,1%. However, it showed from 5,0% to 6,5% in developing countries in contrast to 2,3% to 3,1% in industrialized economies. It is proved that economic growth depends on the manufacturing value-added created in the economic system, which is the basis of the state's economic development. If deindustrialization in the country occurs "too early", with too low per capita income and the level of industrial development of the economy, there is a risk of structural changes that shape the field of informal services with low productivity. Such changes have almost no potential to support economic growth. The negative deindustrialization of this kind is threatening for developing countries, as well as the new industrialized countries for several reasons. The importance of the manufacturing value-added creation, which is the basis of sustainable economic development, is decreasing. Practice has proven that manufactures exports is growing faster than the manufacturing value-added, and this trend is observed in all regions of the world, what is reflecting the internationalization and globalization of industry. Developing countries and other new industrialized economies show higher growth rates both in manufacturing and in manufactures exports.

Key words: added value, deindustrialization, economic growth, development, industry share, functioning of economy.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 330.116

Волощук Ю.О.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки,

підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Подільського державного аграрно-технічного університету

ДІАЛЕКТИЧНА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ЕФЕКТИВНИЙ РОЗВИТОК»

На основі аналізу літературних джерел досліджено діалектичну сутність поняття «розвиток». Сформовано авторський підхід до трактування понять та окреслено їх спільні складники, а також сформовано поняття «ефективний розвиток», складовими елементами якого є складники зовнішнього та внутрішнього впливів, активність, діяльність та рух кожного складника системи, інновації та нововведення, інформаційне забезпечення, наявний потенціал для процесу розвитку, креативність і взаємодія всіх елементів та їх узгодженість. Визначено, що процес розвитку підприємства повинен проходити так, щоб зміни у всіх сферах діяльності підприємства були спрямовані на підвищення рівня рентабельності, стабілізацію рівня економічної безпеки, покращення всіх характеристик підприємства з огляду на можливість подальшого ефективного розвитку.

Ключові слова: розвиток, ефективний розвиток, економічний розвиток, рух, зміна, ефективність, розвиток підприємства, система.

На основе анализа литературных источников исследована диалектическая сущность понятия «развитие». Сформирован авторский подход к трактовке понятий и обозначены их общие составляющие, а также сформировано понятие «эффективное развитие», составными элементами которого являются составляющие внешнего и внутреннего воздействий, активность, деятельность и движение каждой составляющей системы, инновации и нововведения, информационное обеспечение, имеющийся потенциал для процесса развития, креативность и взаимодействие всех элементов и их согласованность. Определено, что процесс развития предприятия должен проходить так, чтобы изменения во всех сферах деятельности предприятия были направлены на повышение уровня рентабельности, стабилизацию уровня экономической безопасности, улучшение всех характеристик предприятия, учитывая возможность дальнейшего эффективного развития.

Ключевые слова: развитие, эффективное развитие, экономическое развитие, движение, изменение, эффективность, развитие предприятия, система.

Постановка проблеми. У сучасних теоретичних працях має місце велика кількість підходів до визначення такого поняття, як «розвиток». Проте немає єдиного уніфікованого підходу до його розгляду, а також є певні суперечності в визначенні складників такого поняття та його властивостей. Саме тому виникає потреба проведення ґрунтовного аналізу вказаного поняття з метою визначення теоретичного підґрунтя для формування поняття «ефективний розвиток». Окреслення поняття «ефективний розвиток» має ґрунтуватися на основі багатогранності і багатоскладовості цього поняття з урахуванням цілей такого процесу, і це вимагає детального аналізу наявних наукових напрацювань в цьому напрямі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досліджували питання розвитку та управління розвитком підприємств як вітчизняні, так і

зарубіжні вчені, такі як Р. Акофф, І. Ансофф, В. Василенко, В. Верба, О. Гапоненко, С. Ілляшенко, Е. Коротков, В. Ляшенко, Т. Надтока, О. Пашенко, Ю. Пługіна, Р. Побережний, М. Портер, Ю. Погорелов, М. Сичевський, А. Стрікланд, А. Томпсон, З. Шершньова, О. Раєвнева, Р. Фатхутдінов, І. Федулова та ін.

Мета дослідження – шляхом аналізу різних підходів та думок сформувати сутність поняття «ефективний розвиток», яке відображатиме основні його характеристики та дасть змогу врахувати всі складники впливу на такий процес.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Сьогодні видатні вчені сходяться на думці, що загальноприйняті економічні закони, які діяли раніше, не пристосовані до швидкоплинних змін сучасного середовища. Вони не є актуальними з причин низької ефективності, іноді

недієвості, а іноді і негативного впливу на економіку та людське суспільство загалом. Змінюються економічні системи, разом із ними змінюються і відносини різного характеру. Тобто сьогодні визначальним завданням науковців є розроблення положень, моделей та теорій, які б могли максимально повно відповідати викликам сучасності, мали б високий ступінь мобільності, адаптивності та були б уніфікованими.

З погляду філософії розвиток являє собою саморух об'єкта – це процес, що властивий певному об'єкту, джерело якого укладено у самому об'єкті, що розвивається. Такий процес може виникати в результаті певних змін, приходу нового, боротьби тощо для подолання їх та настання, врешті-решт, нових протиріч і може бути зумовлений факторами зовнішнього (економіка, політика, культура тощо) та внутрішнього впливу (технологічна оснащеність виробництва, переміщення працівників, зміна принципів та механізмів управління тощо).

Розвиток – це специфічний процес зміни, результатом якого є виникнення якісно нового, поступальний процес сходження від нижчого до вищого, від простого до складного. Оскільки розвиток – це процес, то він, як і будь-який процес, має рушійну силу. Рушійною силою є результат суперечностей між потребами, наявними механізмами під впливом різноманітних факторів та чинників. Рушійна сила проявляється у підвищенні активності системи чи підприємства, яка спрямована на розвиток системи якостей, необхідних для задоволення певних потреб.

Поняття розвитку відомий вчений І. Ансофф пропонує розглядати з позиції не того, що вже є, а того, що можливо отримати і зробити, використавши те, що маємо [1, с. 306],

Думку про те, що розвиток тісно пов'язаний з функціонуванням, рухом системи, об'єкта та підприємства зокрема, розвиває і Р.А. Фатхутдінов. У своїх працях від стверджує, що розвиток може бути інтенсивним та екстенсивним, внутрішнім та зовнішнім. А також може мати місце і регрес – процес, що має зворотний напрямок руху. [2, с. 247].

Т.Б. Надтока також зазначає, що розвиток може мати і позитивний, і негативний напрям. Він є процесом сукупних змін у соціально-економічній системі підприємства, що може забезпечувати перехід на новий якісно-кількісний стан, через загальний вплив різних факторів внутрішнього та зовнішнього порядку [3]

Н.П. Масленникова стверджує, що сама соціально-економічна система насамперед прагне зберегти саму себе і, по-друге, прагне постійно розвиватися – це і є рушійними силами, що просувають суспільство вперед [4, с. 6].

Саме на соціально-економічному розвитку зупиняється в своїх дослідженнях і В.П. Залуцький, який зауважує, що впровадження в дію рішень, що стосуються використання соціально-економічного потенціалу, приводить до певних змін як соціальних, так і економічних показників, це і є соціально-економічний розвиток підприємства. [5].

Ю.А. Пługина узагальнює чинники впливу на процес розвитку підприємства і зауважує, що розвиток – це якісні перетворення в діяльності підприємства за рахунок змін структури та кількості фінансово-економічних, техніко-технологічних, організаційно-комунікаційних та інших ресурсів через ефективне застосування наявних інтелектуально-кадрових ресурсів і інформаційних технологій [6, с. 194].

Визначають розвиток як довготривалий процес М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури, зазначаючи, що це певна програма з удосконалення наявних можливостей щодо вирішення різних проблем, здатність до відновлення через різноманітні методи, в тому числі і вдосконалення управління організацією [7].

Розглядаючи погляди різних учених на поняття «розвиток», можна дійти висновку, що розвиток розглядають як ускладнення певної системи, якісні перетворення структури та ріст економіки, прогрес різного роду явищ, покращення використання наявних ресурсів, зростання тощо. Розвиток будь-якого явища можна характеризувати якісними змінами та незворотним шляхом, і такий процес іноді характеризує специфічність.

Звертаючи увагу на економічний розвиток, відзначимо, що деякі автори визначають його за кількома напрямками: кількісним – зростання рівня споживання ресурсів; якісним – зміни корисності та споживчої вартості складових елементів системи, структурним – зміни складових частин системи, їх поєднання та розмаїття комбінацій. При цьому не тільки фундаментальні закони природи можуть спричинити зміну якісних характеристик системи – матимуть значний вплив і закономірності функціонування конкретних систем (досвід персоналу, старіння і знос обладнання, зміни ресурсного потенціалу), і саме за таких впливів виникає можливість формування нових властивостей системи [8].

В економічному енциклопедичному словнику наводиться таке визначення поняття «розвиток»: «розвиток – це тісно взаємозв'язаний процес кількісних і якісних перетворень. Кількісні зміни – зростання – це збільшення або зменшення складових частин організації. Якісні зміни – це перетворення структури і функцій організації, її частин і елементів» [9].

Більш узагальнене, уніфіковане визначення поняття «розвиток соціально-економічної системи» наводять В.Г. Шинкаренко та Н.Н. Бурмака: «незворотні, закономірні, спрямовані на розв'язання протиріч між системою та зовнішнім середовищем або всередині системи кількісні, структурні та якісні зміни відповідно до встановленої мети, які приводять до досягнення якісно нового стану (властивості) системи та отримання соціально-економічного ефекту» [10, с. 84].

З погляду змін у способі виробництва технологічного характеру розглядає економічний розвиток С. Мочерний. На його думку, такі зміни є незворотними та закономірними і відбуваються в системі факторів виробництва та техніко-технологічних відносин [11, с. 623]. У своїх подальших дослідженнях він доводить, що економічний розвиток – це сутнісні, довготермінові зміни системи, що зумовлені впливом економічних потреб та суперечностей, під впливом дії основних законів діалектики, але вони не виходять за межі внутрішньої сутності такої системи [9, с. 203].

Д.М. Євдокимова зазначає у своїх дослідженнях, що економічний розвиток є циклічним процесом, який характеризується багатоваріантністю та динамікою, проходить по спіралі та може бути охарактеризований через кількісні та якісні зміни у структурі зі збереженням її цілісності. Проте цілісність такої системи, на її думку, забезпечується зовнішнім керуванням з боку надсистеми [12, с. 8].

Підтримує таку думку і Р.О. Побережний, що визначає розвиток як «спрямовану зміну якісного стану організації, її структури, складу або властивостей, кількісних чи якісних змін елементів організації. При цьому розвитку організації притаманні ті самі властивості, що і «філософському розвитку», тобто циклічність і спіральність» [13, с. 91].

Звертає увагу на вплив різного роду факторів внутрішнього і зовнішнього середовища на процес розвитку і С.П. Дунда, вважаючи, що сукупність якісних та інтенсивних змін економічної природи, що мають визначений напрям через суперечності, і є процесом розвитку [14].

Більше уваги приділяє впливу внутрішнім характеристикам підприємства у процесі розвитку Ю.С. Погорелов: «розвиток – це довготривала сукупність процесів кількісних та якісних змін у діяльності підприємства, які приводять до поліпшення його стану шляхом збільшення потенціалу підприємства, адаптації до зовнішнього середовища та внутрішньої інтеграції, що сприяє підвищенню здатності підприємства протидіяти негативним впливам зовнішнього середовища та його життєздатності» [15].

Схожих висновків доходить і Е.М. Коротков у своїх дослідженнях, стверджуючи, що розвиток – це зміни стану, що ведуть до виникнення нових якостей, зміцнення стійкості системи, її здатності до адаптації та опору впливу зовнішнього середовища [16, с. 296].

Тож можна зазначити, що економічний розвиток – це процес, який характеризується двома напрямками: спадом та зростанням, що передуються у часі. Економічне зростання є позитивною частиною циклу, що відбувається через структурні зміни в економіці і дає можливість забезпечити зростання більшості показників оцінки ефективності. Спад, відповідно, призводить до зниження економічної активності та занепаду економіки.

Тобто розвиток може проявлятися і через прогрес, і через регрес. І.В. Гвоздецька зазначає, що «прогрес забезпечує розвиток системи від нижчого рівня до вищого, вдосконалюючи систему, підвищуючи рівень організації системи. В економічному плані це проявляється в ускладненні підприємства, покращенні його ефективності, переході на більш якісний рівень технологій тощо. У разі з регресом ситуація протилежна. Регрес – це тип розвитку, відповідно до якого система переходить від вищого рівня до нижчого, відбувається перехід до менш досконалого, ефективного виробництва» [17, с. 39].

З різних боків розглядає процес розвитку О.П. Пащенко: як зміни, що здатні підвищити ступінь організованості певної системи, а також як частину системи, що об'єднує процеси інноваційного характеру, які ведуть до кількісних та якісних змін усіх функціональних систем підприємства і системи її управління з вирішенням завдань стратегічного та тактичного характеру і запуском механізму самоорганізації оперативного управління розвитком [18, с. 100].

Розглядаючи феномен розвитку з погляду підприємства, О.Є. Кузьмін відзначає, що розвиток проходить певні стадії циклу, які визначають особливості різних видів і напрямів діяльності підприємства, тобто має циклічний характер. [19, с. 36].

С.В. Вечера визначає поняття розвитку як «незворотні, цілеспрямовані, закономірні зміни якісних, структурних і функціональних його компонент, що здійснюються під дією внутрішнього впливу (система управління розвитком) та зовнішнього впливу (державне сприяння розвитку, економічні, політичні, правові, соціальні фактори)» та зазначає, що основними принципами є системність та цілеспрямованість [20, с. 61].

Отже, процес розвитку підприємства повинен проходити так, щоб зміни у всіх сферах

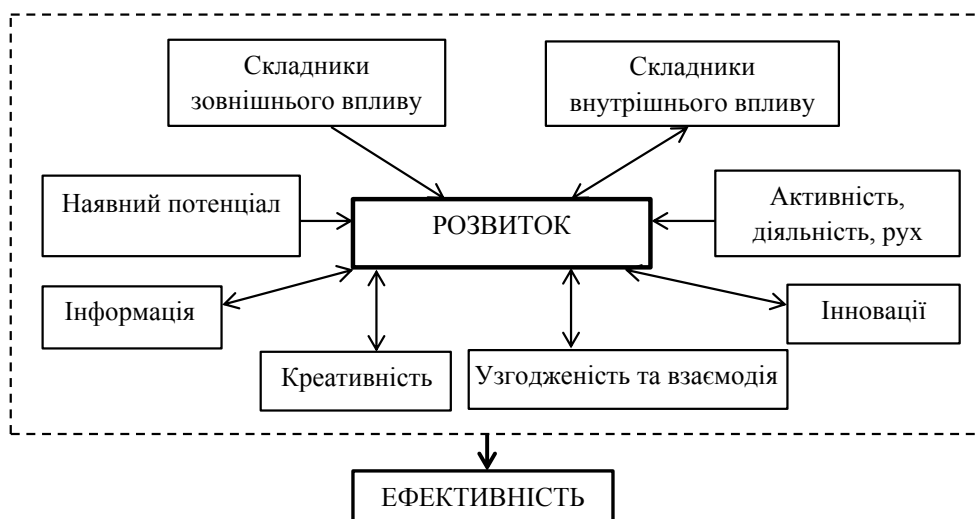


Рис. 1. Складові елементи розвитку

діяльності підприємства (виробництві, технологічному комплексі, фінансах, процесі управління, організаційній структурі тощо) були спрямовані на підвищення рівня рентабельності, стабілізацію рівня економічної безпеки, покращення всіх характеристик підприємства з огляду на можливість подальшого розвитку.

Підтримуємо думки вчених і можемо відзначити, що системність, цілеспрямованість та безперервність є основними принципами процесу розвитку будь-якої системи, підприємства тощо. Однак потрібно ще звернути увагу саме на ефективність тих змін, які відбуваються в будь-якій економічній системі в процесі розвитку.

Ми вважаємо, що складовими елементами розвитку є складники зовнішнього та внутрішнього впливів, активність, діяльність та рух кожного складника системи, інновації та нововведення, інформаційне забезпечення, наявний потенціал для процесу розвитку, креативність та взаємодія всіх елементів, їх узгодженість (рис. 1).

У звітах Програми розвитку ООН ефективність розвитку вимірюється в результатах, таких як досягнення цілей людського розвитку та генерування зростання (що включає якість зростання, рівноправність, участь та стійкість), а не як витрати грошей. Торгівля та глобальна політика також повинні стати більш сприятливими для розвитку, щоб досягти цілей розвитку тисячоліття – ЦРТ. Вимірювання результатів таким чином відповідає перспективам ОГС щодо ефективності розвитку, тоді як включення факторів, що не допоможуть, відображає стурбованість тих, хто надає допомогу, щодо узгодженості політики та загальних підходів до такого процесу. Підхід ПРООН поєднує вище-

зазначені категорії з метою створення узгодженого комплексного підходу до ефективності розвитку [21].

Ефективність розвитку як процес можна розглядати з декількох позицій, таких як організаційна ефективність; узгодженість та взаємодія; проміжні результати та ефективність окремих ланок та стадій; загальна результативність.

Організаційна ефективність враховує цільові організаційні цілі та спрямована на керування результатами, тоді як ефективність розвитку вимірює вплив усіх чинників та прогрес у досягненні цілей розвитку, відображаючи ступінь вкладу кожної частини в загальну результативність, що приводить до цільових змін.

Щодо узгодженості та взаємодії відзначимо, що ефективність розвитку економічної системи загалом оцінюється з погляду сукупної ефективності всіх видів діяльності: ефективність економічної діяльності, управлінська ефективність розвитку, розвиток трудового потенціалу (капіталу), ефективність інвестування, інноваційний розвиток, забезпечення безпеки та соціальної відповідальності з урахуванням основних елементів соціальної справедливості, ефективність екологічних заходів тощо. Проте можна зазначити, що ефективність розвитку залежить і від багатьох чинників впливу, і позитивні показники одного чи кількох складників не матимуть значення за негативних результатів інших складників та у сферах діяльності.

Ефективність розвитку залежить від сукупних та узгоджених дій всіх складників системи, і тому є мірою сукупного впливу цих елементів з відповідальністю за результати.

Ефективність розвитку з погляду ефективності складників системи, проміжних результатів тут характеризується конкретними результатами

як в організаційному, управлінському плані, так і в ефективності використання ресурсів. Вони розглядаються як взаємодоповнюючі концепції.

Ефективність розвитку як загальна результативність є найбільш комплексним підходом до чотирьох категорій. Ефективність розвитку розглядається як показник загального процесу розвитку і не обмежується лише результатами. Вона включає в себе зовнішні та внутрішні чинники і має наслідки для всіх секторів. Важливо відзначити, що результати розвитку не можуть бути віднесені до жодної складової частини, тільки до системи загалом. А от результати розвитку можуть мати наслідки як для кожної складової частини окремо, так і загалом, включаючи допомогу ззовні, наявність внутрішніх ресурсів, глобальні чинники впливу, регіональну стабільність та багато інших детермінантів.

Висновки з проведеного дослідження. На підвищення рівня загальної ефективності розвитку може вплинути будь-який фактор чи їх поєднання, тож точно визначити, який фактор мав найбільший ефект, може бути надзвичайно складно.

Розвиток є безперервним процесом, що виявляється у кількісних змінах, тобто збільшенні одних і зменшенні інших ознак. Однак він не зводиться тільки до кількісних змін, до зростання того, що вже є, а включає і якісні зміни. Кількісні зміни зумовлюють виникнення нових якостей, ознак, властивостей, які утворюються в процесі розвитку і дають можливість перетворити та замінити старі якості і властивості, відшарування того, що призводить до регресу. Розвиток можна назвати процесом, у якому збільшуються можливості. Це зростання якостей і потенціалу, а не надбання матеріальних благ.

Подальші дослідження необхідно зосередити у напрямі підвищення ефективності розвитку підприємств; розроблення рекомендацій щодо удосконалення оцінки рівня ефективності розвитку; системи формування мотиваційної моделі, що сприятиме підвищенню рівня розвитку підприємства через мобілізацію інтелектуально-креативних ресурсів підприємства та забезпечить зростання і конкурентоспроможність.

Список використаних джерел:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф : [пер. с англ.]. М.: Экономика, 2005.
2. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учебник / Р. А. Фатхутдинов. М.: Изд-во Эксмо, 2005. -544 с.
3. Надтока Т.Б. Соціальний розвиток промислового підприємства та механізми його управління // Управлінські технології у рішенні сучасних проблем розвитку соціально-економічних систем : монографія / Т.Б. Надтока, Г.А. Какуніна, О.В. Мартякова та ін. / за заг. ред. О.В. Мартякової. Донецьк : Вид-во ДонНТУ, 2011. 744 с. С. 564–569.
4. Масленикова Н.П. Управление развитием организации. М.: Центр экономики и маркетинга, 2002. 304 с.
5. Залуцький В.П. Сутність соціально-економічного розвитку машинобудівних підприємств: методи та принципи їх забезпечення / В.П. Залуцький // Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19.11. С. 163–169.
6. Плуґіна Ю.А. Інтелектуальний розвиток: сутність поняття / Ю.А. Плуґіна // Вісник економіки транспорту і промисловості. Харків, 2011. № 36. С. 193–196.
7. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. М. : Изд-во «Дело», 1994. 680 с.
8. Управление развитием предприятия : [монографія] / Н.В. Афанасьев, В.Д. Рогожин, В.И. Рудыка. Х. : ИНЖЭК, 2003. 184 с.
9. Економічний енциклопедичний словник: У 2 т. Т. 2 / За ред. С.В. Мочерного. Львів: Світ, 2006. 568 с.
10. Шинкаренко В.Г., Бурмака Н.Н. Исследование сущности понятия «развитие социально-экономической системы» / В.Г. Шинкаренко, Н.Н. Бурмака//Экономика транспортного комплекса. 2013. № 21. С. 73–86.
11. Мочерний С.В. Методологія економічного дослідження : [монографія] / С.В. Мочерний. Львів : Світ, 2001. 416 с
12. Євдокимова Д.М. Державне регулювання економічного розвитку: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.01.01 «Економічна теорія» / Д.М. Євдокимова. К., 2002. 20 с.
13. Побережний Р.О. Основні напрямки розвитку підприємств машинобудування / Р.О. Побережний // Вісник національного технічного університету «ХПІ». Харків, 2012. № 13. С. 90–100.
14. Дунда С.П. Теоретичні підходи до визначення поняття «розвиток підприємства». URL <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/380>
15. Погорелов Ю.С. Развитие предприятия: понятия та виды: / Ю.С. Погорелов. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/36617/21-Pogorelov.pdf?sequence=1>
16. Коротков Э. М. Концепция менеджмента / Коротков Э. М. М.: Дека, 1997. 304 с.

17. Гвоздецька І.В. Науково-теоретичні основи дефініції економічний розвиток / І.В. Гвоздецька // Науковий вісник Полісся. 2016. № 2 (6). С. 38–44.
18. Пашенко О.П. Стратегічне управління розвитком підприємства / О.П. Пашенко // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». 2011. № 2. Т. 2. С. 99–103.
19. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: підручник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. К.: ТОВ Академ-видав, 2003. 416 с.
20. С.В. Вечеря Діалектика сутності поняття «розвиток соціально-економічних систем» Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. № 1 (56). 2013.
21. Development effectiveness: towards new understandings By Shannon Kindornay and Bill Morton. <http://www.nsi-ins.ca/wp-content/uploads/2012/10/2009-Development-effectiveness-towards-new-understandings.pdf>

Voloshchuk Y.O.

THE DIALECTICAL ESSENCE OF THE CONCEPT “EFFECTIVE DEVELOPMENT”

The purpose of this article is to generate a essence of the concept of “effective development” through the analysis of different approaches and opinions, which reflects its main characteristics and will take into account all the components of impact on this process.

Methodology of the study. For the study used a systemic and structural methods, the abstract and the concrete evaluation process, as well as graphic and dialectical methods.

Results. On the basis of the analysis of literary sources, the dialectical essence of the concept of “development” is explored. Were considered theoretical definitions of the concepts “development”, “development of the enterprise”, “economic development”, which allowed to formulate author's approaches to the interpretation of these concepts and to outline their common components, as well as to formulate the definition of “effective development”.

It is determined that the process of development of the enterprise should take place in such a way that changes in all spheres of the enterprise activity were aimed at increase of profitability, stabilization of level of economic safety, improvement of all characteristics of the enterprise in view of possibility of further effective development. However, it is necessary to pay attention to the effectiveness of those changes occurring in any economic system.

We consider that the components of elements of development are the components of external and internal influences, activity, activity and movement each of components of the system, innovation and novelty, information provision, existent potential for the process of development, creativity and interaction of all elements and their consistency.

Scientific novelty. Was formed an author's approach to the interpretation of the concept of effective development, which will allow to take into account the influence of all components and will characterize the development process in terms of the effectiveness of all components in aggregate.

Practical significance is the development of recommendations for the formation of a system of motivational model that will help to increase the level of enterprise development through the mobilization of intellectual and creative resources of the enterprise and will ensure its growth and competitiveness.

Key words: development, effective development, economic development, movement, change, efficiency, enterprise development, system.

Калачевська Л.І.кандидат економічних наук, доцент
кафедри менеджменту ЗЕД та євроінтеграції
Сумського національного аграрного університету

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В ЕКОНОМІЧНО РОЗВИНУТИХ КРАЇНАХ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У статті на основі дослідження статистичної інформації та наукових розробок учених виявлені тенденції розвитку сільських територій в економічно розвинутих країнах. Окремо наведено критерії віднесення країн до держав із розвинутою економічною системою. Також надана характеристика виявлених тенденцій розвитку сільської місцевості у країнах із розвинутою економікою. Розкрито особливості економічної діяльності на сільських територіях та державної підтримки таких територій. Оцінено напрями розвитку інфраструктурного забезпечення та інноваційної активності у сільській місцевості економічно розвинутих країн.

Ключові слова: глобалізація, економічно розвинуті країни, послуги, сільське господарство, сільські території, тенденції.

В статье на основе исследования статистической информации и научных разработок ученых выявлены тенденции развития сельских территорий в экономически развитых странах. Отдельно приведены критерии отнесения стран к государствам с развитой экономической системой. Также дана характеристика выявленных тенденций развития сельской местности в странах с развитой экономикой. Раскрыты особенности экономической деятельности на сельских территориях и государственной поддержки таких территорий. Оценены направления развития инфраструктурного обеспечения и инновационной активности в сельской местности экономически развитых стран.

Ключевые слова: глобализация, экономически развитые страны, услуги, сельское хозяйство, сельские территории, тенденции.

Постановка проблеми. Поступовий перехід від економіки індустріального типу до постіндустріальної («економіки знань») за підвищення інтенсифікації глобалізаційних процесів активно впливає на розвиток сільських територій у світі. Початок ХХІ сторіччя характеризується кардинальними змінами у світовій економічній системі, що має ключовий вплив як на сільське господарство, так і на сільські території. Згідно зі статистичними даними FAO (Продовольча та сільськогосподарська організація Об'єднаних націй), на сільські території в світі у 2007–2017 роках пришлося понад 80% території, на якій проживало понад 40% населення [1].

Водночас необхідно відзначити, що визначальну роль у розвитку сільських територій у світі мали економічно розвинуті країни, що вимагає вивчення тенденцій розвитку сільської місцевості у цих державах. Вивчення тенденцій розвитку сільських територій в економічно розвинутих країнах є важливим і з погляду активізації розвитку сільської місцевості в Україні як одного із ключових напрямів посткризового відновлення національної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику розвитку сільських територій в економічно розвинутих країнах розкривали у своїх наукових дослідженнях такі вчені,

як В.В. Бойко, Т.Г. Васильців, В.В. Ковалевський, І.М. Куліш, О. Недбалюк, О.Ю. Панасюк, М.І. Стегней, Ю.О. Ярмоленко та інші.

Відзначаємо значний науковий доробок науковців щодо виявлення та характеристики проблем розвитку сільської місцевості в економічно розвинутих країнах. Водночас вважаємо доречним продовження досліджень у цій царині в контексті визначення та характеристики головних сучасних тенденцій розвитку сільських територій у країнах світу з розвинутою економікою.

Мета статті – розкрити та надати характеристику тенденціям розвитку сільських територій економічно розвинутих країн світу на основі аналізу статистичної інформації за 2007–2017 роки й оцінки теоретичних та практичних розробок науковців.

Виклад основного матеріалу. В межах дослідження викликає питання щодо віднесення країн світу до економічно розвинутих. Вважаємо доречним використати критерії класифікації, що запропоновані групою вітчизняних науковців на чолі з В.В. Ковалевським [2, с. 18]. Тоді поділ країн світу можливо здійснити за розміром валового внутрішнього продукту (ВВП) на душу населення, і до економічно розвинутих країн будемо відносити країни з ВВП на душу населення понад 20 тис. дол. США.

На розвиток сільських територій в економічно розвинутих країнах світу у період із 2007 до 2017 року впливало декілька ключових факторів: трансформаційні процеси у зв'язку з переходом на постіндустріальний тип побудови економічної системи; активізація глобалізаційних процесів; зростання попиту на екологічно чисту продукцію сільського господарства; підвищення частки зайнятих як фрілансерів; зростання світового попиту на агропродукцію. Наведені фактори привели до появи низки тенденцій розвитку сільської місцевості у країнах з таким типом економічної системи (рис. 1).

Однією з головних тенденцій, що вплинули на розвиток сільських територій в економічно розвинутих країнах, стала активна диверсифікація економічної діяльності, яка відбувалась у межах розвитку світової економіки та змін у її структурі в період дослідження.

Стосовно розвитку світової економіки можемо відзначити такі головні тенденції, як зростання світової економічної системи (+34,79% за період дослідження) за наявності різноспрямованих векторів зміни розмірів економіки світу у різні роки (зростання – 2007, 2008, 2010–2014, 2016–2017 роки;

зменшення – 2009, 2015 роки); випереджаюче зростання «третинного сектору» (+52,89% за період дослідження), що привело до збільшення його частки у світовому ВВП (+7,49% за період дослідження) до 63,05% в 2017 році; повільне зростання промисловості (+25,76% за період дослідження) на фоні різноспрямованих векторів її розвитку (зростання – 2007, 2008, 2011–2014, 2017 роки; зменшення – 2009, 2010, 2015, 2016 роки) та зменшення її частки у світовому ВВП (–2,15% за період дослідження) до 29,88% у 2017 році; значні проблеми у сільському господарстві починаючи з 2013 року за зниження його розмірів та частки у світовому ВВП до 7,07% у 2017 році [3; 4; 5].

З огляду на наведену статистику щодо світової економіки та сільського господарства і наукові напрацювання низки вітчизняних науковців [6, 7, 8, 9], можемо відзначити диверсифікацію економічної діяльності на сільських територіях економічно розвинутих країн, де перевага надається розвитку сільського господарства та сфери послуг. При цьому стосовно розвитку сільського господарства відзначаємо такі тенденції, як інтенсифікація виробництва сільськогосподарської продукції з активним

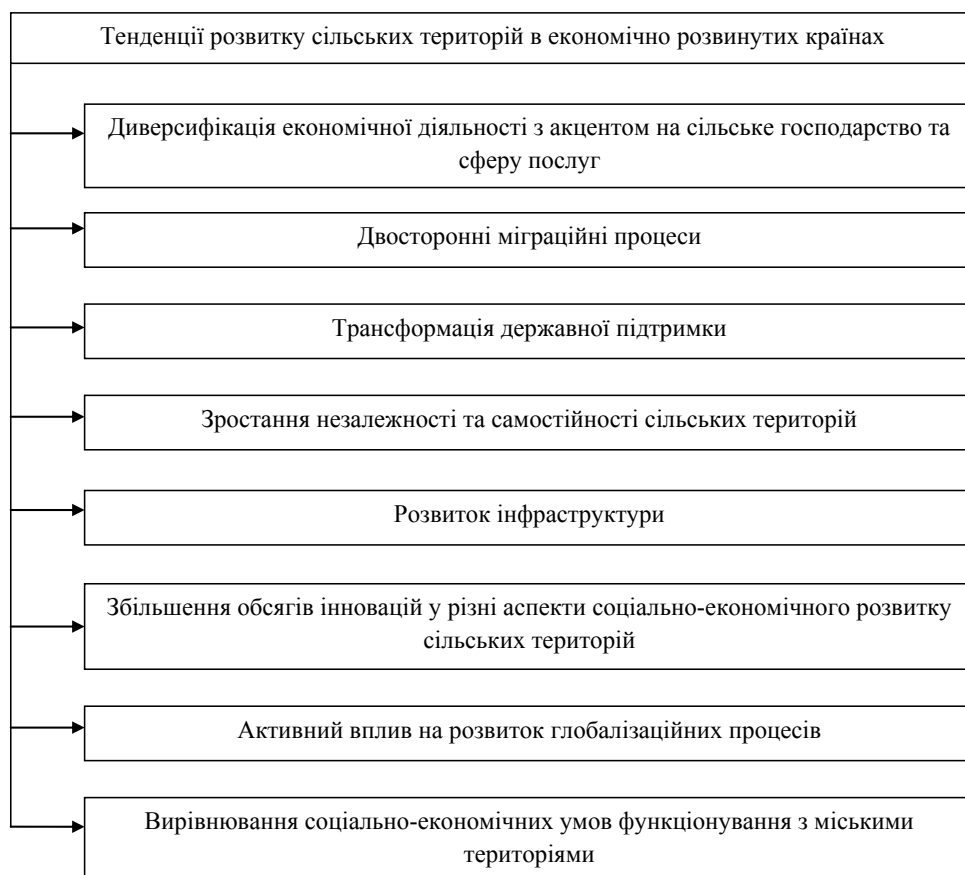


Рис. 1. Тенденції розвитку сільських територій в економічно розвинутих країнах

Джерело: власні дослідження.

залученням інновацій у рослинництво та тваринництво (нові сорти рослин, тварин, автоматизація процесів вирощування рослин, тварин та ін.); жорстка цінова конкуренція на національних та світових ринках сільгосппродукції; розвиток виробництва високомаржинальних агропродуктів, у тому числі джерел альтернативної енергії (біопаливо, паливні палети та ін.); різке зростання виробництва екологічно чистих (органічних) сільськогосподарських продуктів та агропродуктів, що зроблені за допомогою ручної праці («крафтова» агропродукція).

Під час дослідження тенденцій розвитку сільських територій в економічно розвинутих країнах на особливу увагу заслуговують виробництво органічних продуктів та «крафтових» агропродуктів. Так, згідно з даними Дослідного інституту органічного сільського господарства (Research Institute of Organic Agriculture (FiBL)), світовий ринок органічної продукції за 2007–2017 роки зріс на 328,57% і досяг у 2017 році обсягу 90 млрд. дол. США, з яких на економічно розвинуті країни припадає понад 60% [10]. Ринок крафтової агропродукції у світі за 2007–2017 роки збільшився на 412,46% та становив у 2017 році близько 115 млрд. дол. США, з яких на економічно розвинуті країни припадає понад 75% [11].

Різке зростання обсягів ринків органічної та «крафтової» агропродукції в економічно розвинутих країнах світу було викликане низкою факторів: високим рівнем сукупних доходів домашніх господарств; підвищенням кількості осіб, що пропагують здоровий спосіб життя; інформаційним та маркетинговим впливом виробників такої продукції; підтримкою державних та муніципальних інститутів; зростанням обсягів «зеленого» туризму. При цьому таке агровиробництво має низку суттєвих переваг для економік розвинутих країн: зростання кількості зайнятих у сільській місцевості; суттєве збільшення доходів та прибутків як агровиробників, так і окремих домашніх господарств; збільшення витрат на інновації та розвиток інфраструктури (особливо виробничої) у сільській місцевості; збільшення податкових надходжень у державний та місцеві бюджети, що дає змогу прискорити процеси вирівнювання розвитку сільських і міських територій.

Переважання частки послуг у ВВП економічно розвинутих країн над «первинним» та «вторинним» секторами їх економіки відбувається за рахунок інтенсифікації розвитку цієї сфери у сільській місцевості. Диверсифікації економічної діяльності сільських мешканців за рахунок збільшення надання ними різноманітних послуг є головним аспектом розвитку сільської місцевості у цих країнах. До ключових послуг, що

мають активний розвиток у сільській місцевості економічно розвинутих країн, відносимо: «зелений» туризм та всі види послуг, які з ним пов'язані (інформаційні, консультаційні, транспортні та інші); торгові та побутові послуги; транспортні послуги; послуги, що пов'язані з обслуговуванням сільського господарства (інформаційні, консультаційні, транспортні, фінансові та інші). Серед нових послуг, що отримали розвиток у сільській місцевості держав із розвинутою економікою, необхідно відзначити ІТ-послуги.

Водночас оцінка частки сфери послуг, послуг у сільській місцевості у ВВП економічно розвинутих країн (США, Великобританія, Франція) вказує (рис. 2) на те, що сфера послуг у сільській місцевості значно відстає від сфери послуг загалом та у містах зокрема.

Серед факторів, що стимулюють розвиток сфери послуг у сільській місцевості в країнах із розвинутою економікою, можна назвати: зусилля державних та місцевих владних інститутів щодо розвитку ринку послуг на сільських територіях; міграцію частини міського населення на сільські території; активний розвиток та пропагування «зеленого» туризму. З іншого боку, зростання сфери послуг у сільській місцевості несе у собі такі самі переваги, що і виробництво органічної та «крафтової» агропродукції (див. вище). Серед проблем інтенсифікації росту ринку послуг на сільських територіях у економічно розвинутих країнах можемо назвати: проблеми з ефективністю надання державної та недержавної підтримки; дефіцит підготовлених кадрів; інертність сільського населення, особливо молоді; міграцію найбільш активних індивідуумів у міста.

Позитивним для сільських територій країн, що мають розвинуті економічні системи, є двосторонні міграційні процеси, коли на фоні міграції сільської молоді у міста у зворотному напрямі відбувається міграція людей старшого віку, що мають стабільне фінансове становище. Факторами, що викликають міграцію населення у сільську місцевість, тут є: отримання роботи фахівцями у межах розвитку сільських територій (менеджери, працівники освіти, охорони здоров'я та ін.); підвищення частки самозайнятості, у тому числі фрілансерів, які мігрують у сільську місцевість, переважно біля великих міст; покращення інфраструктури, особливо транспортної та інформаційної; пропагування здорового способу життя; нижча вартість нерухомості порівняно з містами. Водночас необхідно відзначити, що, незважаючи на наявність двосторонніх міграційних процесів, загалом частка сільського населення в економічно розвинутих країнах знижується. Так, згідно з даними FAO, у США з 2007 до 2017 року частка

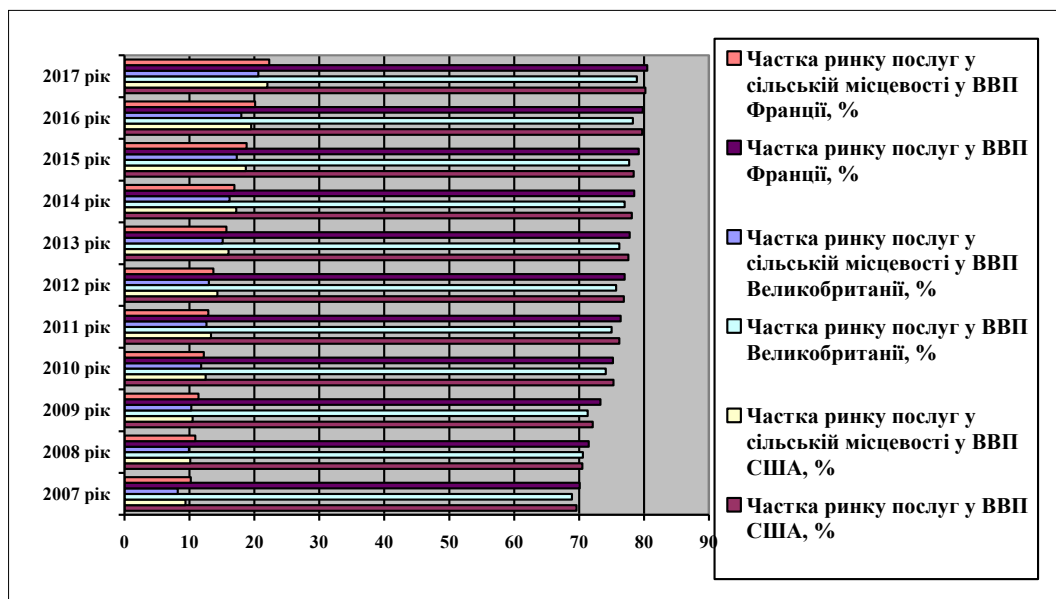


Рис. 2. Динаміка частки ринку послуг, послуг у сільській місцевості у ВВП економічно розвинутих країн

Джерело: сформовано на основі [3; 4].

сільського населення знизилася на 1,73% до 18% у 2017 році, у Німеччині – на 2% до 24,3% у 2017 році, у Японії – на 6,3% до 5,7% у 2017 році, в Австралії – на 1,3% до 10,3% у 2017 році [12].

Визнавши важливість сільських територій для національних економічних систем, економічно розвинуті країни активно підтримують їх розвиток у межах відповідної державної політики. Необхідно відзначити наявність значної кількості моделей, механізмів та інструментів такої підтримки у цих країнах, що з урахуванням виявленої недостатньої ефективності стимулюючих впливів держави на початку ХХ сторіччя трансформуються з метою підвищення якості державної підтримки розвитку сільської місцевості (табл. 1).

Розкриваючи складники державної підтримки сільських територій в економічно розвинутих країнах (див. табл. 1), можемо відзначити використання в таких країнах різних складників за їх активної трансформації у контексті постійних змін зовнішнього та внутрішнього середовища і підвищення ефективності використання державного стимулювання.

Оцінюючи розвиток сільських територій в економічно розвинутих країнах, можемо відмітити, що зазначені країни, особливо що стосується країн – членів Європейського Союзу, відмовляються від централізації на користь децентралізації та підвищення рівня незалежності і самостійності таких територій.

Стосовно США необхідно зазначити, що вся державна політика цієї країни спрямована на збільшення рівня незалежності та самостійності

сільських територій [16; 17; 18]. Такий підхід дає змогу: підвищити ефективність засвоєння державних коштів та коштів інших донорів; збільшити якість управління; значно підвищити рівень економічного та соціального розвитку; збільшити обсяг отриманих доходів як сільською громадою взагалі, так і домашніми господарствами, що функціонують на її території зокрема.

Розкриваючи тенденції розвитку сільських територій в економічно розвинутих країнах, необхідно зазначити, що вони поступово відмовляються від прямих дотацій і субсидій таких територій на користь грантової підтримки з акцентом на розвиток інфраструктури. Так, згідно з даними Департаменту розвитку сільських територій США (USDA Rural Development), у розвиток сільської інфраструктури за 2007–2017 роки було інвестовано близько 25 млрд. дол. США, з яких 12% були надані державними інститутами [19]. Статистичні дані Євросоюзу свідчать, що на розвиток інфраструктури сільських територій за 2007–2017 роки було витрачено близько 80 млрд. євро, однак значна частина із зазначених коштів пішла на підтримку розвитку сільських територій нових членів ЄС [20].

Також ключовою тенденцією розвитку сільських територій в економічно розвинутих країнах є збільшення обсягів інновацій у різні аспекти соціально-економічного розвитку сільських територій. Необхідно відмітити, що у США фінансування інновацій для сільських територій має децентралізований характер за участі державних інститутів, а у ЄС таке фінансування

Таблиця 1

Складники державної підтримки сільських територій в економічно розвинутих країнах

Складник	Різновиди	Характеристика
Підхід	Закріплення підтримки в межах єдиного законодавчого акта	Централізація державного впливу на розвиток сільських територій за ключової ролі держави.
	Наявність значної кількості програм та нормативних документів	Децентралізація впливу на розвиток сільських територій за значної ролі держави.
Модель	Галузева	Акцент на розвиток сільського господарства за рахунок різних джерел підтримки, у тому числі державних і муніципальних.
	Перерозподільча	Акцент на вирівнювання розвитку сільських територій за активної підтримки держави.
	Територіальна	Комплексний розвиток сільських територій з максимальною ефективністю використання їх потенціалу за суттєвої підтримки державних владних інститутів.
Категорії державної підтримки (згідно з класифікацією СОТ)	«Жовта скринька»	Акцент на фінансову та інші види прямої державної підтримки виробників сільськогосподарської продукції.
	«Зелена скринька»	Акцент на грантову підтримку з державних та недержавних джерел розвитку сільських територій і збільшення їх самостійності, насамперед фінансової.
Інструменти підтримки	Прямі	Дотації, субсидії, компенсація відсотків за кредитами, пільги в оподаткуванні.
	Непрямі	Гранти, безкоштовне надання інформаційної та консультативної підтримки, безкоштовне підвищення кваліфікації або перекваліфікація мешканців сільських територій, стимулювання інвестицій у сільські території, стимулювання інноваційної діяльності у сільській місцевості.

Джерело: сформовано на основі [7, 13, 14, 15].

відбувається через Партнерство Європейських Інновацій (EIP) у межах його програми, що має назву «Продуктивність у сільському господарстві та його сталий розвиток» [21, с. 122].

Значний вплив на розвиток сільських територій в економічно розвинутих країнах мають глобалізаційні процеси, а саме: підвищення попиту на сільськогосподарські продукти у країнах, що розвиваються; перенесення промислових виробництв у країни з низькою оплатою праці та необхідність працевлаштування фахівців, що втратили робочі місця; зростання цінової конкуренції на міжнародних та національних ринках сільськогосподарської продукції; активні інвестиції у сільське господарство країн, що розвивають власні економічні системи; збільшення кількості іноземних туристів в межах «зеленого» туризму.

Суттєвим у контексті дослідження тенденцій розвитку сільських територій в економічно розвинутих країнах є вирівнювання соціально-економічних умов функціонування з міськими територіями. Покращення інфраструктури, збільшення кількості та якості послуг, зростання кількості робочих місць, вирівнювання

оплати праці, покращення соціального захисту сільського населення робить сільські території майже однаковими за соціально-економічними умовами з міськими територіями. Однак є і низка суттєвих проблем, а саме: проблеми культурного розвитку; значні коливання у якості надання освітніх послуг; доступ до послуг торгівлі та громадського харчування; логістичні витрати на отримання відповідних послуг.

Підсумовуючи проведені дослідження, можемо відмітити, що сільські території економічно розвинутих країн динамічно розвиваються в умовах глобалізації з акцентом на економічну самостійність, диверсифікацію виробництва продукції (робіт, послуг), розвиток інфраструктури, активізацію інноваційної діяльності.

Висновки з проведеного дослідження. Встановлено, що, з огляду на важливість сільських територій для світової та національних економічних систем, постала необхідність аналізу їх стану і характеристики тенденцій розвитку таких територій у сучасних умовах глобалізації з акцентом на дослідження розвитку сільської місцевості в економічно розвинутих країнах.

На основі аналізу статистичної інформації, теоретичних та практичних напрацювань науковців виявлені тенденції розвитку сільських територій у країнах із розвинутою економікою, до яких віднесено: диверсифікацію економічної діяльності з акцентом на сільське господарство та сферу послуг; двосторонні міграційні процеси; трансформацію державної підтримки; зростання незалежності та самостійності сільських територій; розвиток інфраструктури; збільшення обсягів інновацій у різні аспекти соціально-економіч-

ного розвитку сільських територій; активний вплив на розвиток глобалізаційних процесів; вирівнювання соціально-економічних умов функціонування з міськими територіями. Окремо, в межах наукової роботи, надана характеристика виявленим тенденціям розвитку сільських територій в економічно розвинутих країнах.

Подальші дослідження слід сконцентрувати на виявленні та характеристиці особливостей державної підтримки розвитку сільських територій в Україні та інших країнах світу.

Список використаних джерел:

1. Annual population. The Food and Agriculture Organization (FAO). URL: <http://www.fao.org/faostat/en/#data/OA/visualize>.
2. Економіка зарубіжних країн: Навч. посібник. / За ред. В.В. Ковалевського. Київ: «Центр учбової літератури», 2013. 292 с.
3. GDP (current US\$). The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>.
4. IMF Annual Report 2017. The International Monetary Fund (IMF). URL: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/ar/2017/eng/pdfs/AR17.pdf>.
5. Value of Agricultural Production. The Food and Agriculture Organization (FAO). URL: <http://www.fao.org/faostat/en/#data/QV/visualize>.
6. Ярмоленко Ю.О. Основні підходи до стратегічного планування сталого розвитку АПК України та європейський досвід / Ю.О. Ярмоленко // Теорія та практика державного управління. 2016. 4(55). С. 1–7.
7. Васильців Т.Г. Світовий досвід розвитку сільських територій в контексті державної політики забезпечення економічної безпеки / Т.Г. Васильців, В.В. Бойко // Науковий вісник Полісся. 2016. № 3 (7). С. 15–21.
8. Стегней М.І. Сучасні напрями забезпечення сталого розвитку сільських територій: європейський досвід і українські реалії / М.І. Стегней // Актуальні проблеми економіки. 2013. № 3. С. 125–133.
9. Куліш І.М. Державна політика розвитку сільських територій: світовий досвід для України / І.М. Куліш // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2014. Вип. 3. С. 395–407.
10. The World of Organic Agriculture. FiBL & IFOAM – Organics International. URL: <https://shop.fibl.org/CHen/mwdownloads/download/link/id/785/?ref=1>.
11. The Structure of Agricultural Production. The Food and Agriculture Organization (FAO). URL: <http://www.fao.org>.
12. Demographics. Country Indicators. The Food and Agriculture Organization (FAO). URL: <http://www.fao.org/faostat/ru/#country>.
13. Пантелеева О.І. Особенности реализации программ развития сельских территорий в США и странах Евросоюза / О.І. Пантелеева // Международный сельскохозяйственный журнал. 2010. № 4. С. 9–10.
14. Studies on the Agricultural and Food Sector in Central and Eastern Europe / Edited by Leibniz Institute of Agricultural Development in Central and Eastern Europe IAMO. 2009. Volume 49. URL: <http://econpapers.repec.org/bookchap/zbwiamost/49.htm>.
15. Сава А. Міжнародний досвід і наукова доктрина соціально – економічного розвитку сільських територій України / А. Сава // Міжнародний науковий журнал «Економічний дискурс». 2016. № 4. С. 17–25.
16. Розвиток сільських територій в системі євроінтеграційних пріоритетів України : [монографія] / наук. ред. В. Борщевський. Львів: НАН України. Ін-т регіональних досліджень, 2012. 216 с.
17. Недбалюк О. Програми розвитку сільської місцевості як теорія, методологія і практика діяльності дорадчих служб в США / О. Недбалюк. Вінниця: Видавництво Вінницької громадської організації «Поділля-2000», 2005. 160 с.
18. Недбалюк О. Міжнародний досвід організації розвитку сільських територій та можливості його застосування в Україні / О. Недбалюк // Економіка і суспільство. Мукачевський державний університет. 2017. № 9. С. 89–94.
19. U.S. map featuring program funding and success stories for fiscal years 2007-2017. URL: <http://www.rurdev.usda.gov>.
20. General and regional statistics. Eurostat. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>.
21. Панасюк О.Ю. Міжнародний досвід розвитку сільських територій в умовах децентралізації влади / О.Ю. Панасюк // Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 23. С. 120–123.

Kalachevska L.I.

TENDENCIES IN DEVELOPMENT OF RURAL TERRITORIES IN ECONOMICALLY DEVELOPED COUNTRIES IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

The gradual transition from an industrial-type economy to a post-industrial ("economy of knowledge"), with the intensification of globalization processes, crucially influences rural development around the world. At the same time, it should be noted that economically developed countries play a decisive role in rural development around the world. It requires mastering tendencies of rural development in these countries. Mastering the tendencies of rural development in economically developed countries is also important due to enhancing of rural development in Ukraine as it represents one of the key ways for post-crisis recovery of national economy. Based on the statistical information and scientific researches, this article states that taking into account the importance of rural territories for world and national economic systems, it became necessary to analyze condition and characteristics of tendencies in the development of such territories under the current conditions of globalization, with an emphasis on mastering rural development in advanced economies. Based on the statistical information, theoretical and practical studies of scientists, tendencies in rural development in advanced economies have been identified, including: diversification of economic activity with an emphasis on agriculture and services sector; bilateral migration processes; state support restating; rise of rural independence and autonomy; infrastructure development; rise of innovations in various spheres of rural social and economic development; impact of globalization processes; equalization of social and economic conditions of rural functioning. Besides, this article suggests characteristic of revealed tendencies of rural development in economically developed countries. Features of rural economic activities and state support of such territories are revealed. Directions for the development of infrastructure provision and innovative activities of rural territories in advanced economies are assessed.

Key words: globalization, economically developed countries, services, agriculture, rural territories, tendencies.

УДК 338

Кудренко Н.В.кандидат економічних наук, доцент
Національного університету харчових технологій**Ніколаєнко С.М.**асистент кафедри обліку і аудиту
Національного університету харчових технологій**Мисник Н.С.**магістрант
Національного університету харчових технологій

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розкривається поняття конкурентоспроможності, розглядаються основні шляхи та фактори підвищення конкурентоспроможності підприємства, стратегії конкурентної поведінки підприємства в залежності від масштабу конкуренції і оптимального поєднання видів діяльності.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, стратегія, фактори підвищення конкурентоспроможності підприємства, шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства.

В статье раскрывается понятие конкурентоспособности, рассматриваются основные пути и факторы повышения конкурентоспособности предприятия, стратегии конкурентного поведения предприятия в зависимости от масштаба конкуренции и оптимального сочетания видов деятельности.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, стратегия, факторы повышения конкурентоспособности предприятия, пути повышения конкурентоспособности предприятия.

Постановка проблеми. Підприємства, перебуваючи на ринку в постійній конкурентній боротьбі, потребують розкриття впливу конкурентного середовища на конкурентоспроможність, її оцінки з урахуванням змін у цьому середовищі, покращення стратегії конкурентної поведінки. Актуальність даного питання зумовлена тим, що сучасна економіка встановлює певні вимоги до підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств, а саме: своєчасне реагування на перемену господарської ситуації з метою підтримки стійкого фінансового стану і постійного покращення організації діяльності відповідно до зміни кон'юнктури ринку.

Конкурентоспроможність є основною складовою швидкого розвитку підприємства, адже у теперішній конкурентній боротьбі здобуває перемогу той, хто аналізує ринок і бореться за свої конкурентні позиції. Щоб мати можливість займати лідируючі позиції на світових ринках, конкурувати з іншими підприємствами, необхідно постійно зміцнювати свої позиції. Однак не запроваджуючи сучасні технології у виробничому процесі, це неможливо. Однією з найважливіших проблем стає кількісна оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню підвищення конкурентоспроможності підприємства присвячена значна кількість досліджень і публікацій, а саме І. Ансоффа, Ф. Котлера, Г. Минцберга, Пітерса, М. Портера, А. Сміта, А. Файоля, Р. Фатхутдинова, А. Юданова та інших.

Коваленко О.М. зазначає, що підвищення конкурентоспроможності – це процес, який потребує стратегічного підходу організації. Для успішного функціонування організації потрібно розробити стратегію підвищення конкурентоспроможності з врахуванням всіх аспектів [1, с. 145].

У своєму дослідженні Т. Денисюк робить висновок, що рівень конкурентоспроможності підприємства є дзеркалом, де відображаються загальні підсумки роботи всіх служб організації. До цього велике значення мають фактори, на які працівники підприємства не здатні впливати. Автор виділяє дві групи факторів: зовнішні та внутрішні [2, с. 203].

Не дивлячись на наявність значної теоретичної бази, на сьогодні є значна частина теоретичних та практичних завдань, які потребують подальшого наукового пошуку. Провівши аналіз наукової літератури, можна зробити висновки, що дослідження шляхів та факторів підвищення конкурентоспроможності, стратегії конкурентної поведінки до теперішнього часу не проводилися в необхідному об'ємі.

Таким чином, завдання дослідження проблеми сутності, шляхів та факторів підвищення

конкурентоспроможності підприємства, а також зарубіжного досвіду управління нею є завжди актуальними та стоять перед кожним підприємством в сучасних ринкових умовах.

Метою статті є розкриття поняття конкурентоспроможності, розгляд та пошук нових конкурентних стратегій, шляхів та факторів підвищення конкурентоспроможності організації та застосування їх у діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність характеризує можливість підприємства до ефективної діяльності та адаптації у конкурентному середовищі. Як економічна категорія у ринковій системі господарювання конкурентоспроможність виступає основною економічною категорією, адже вона відображає науково-технічні, економічні, маркетингові, управлінські, виробничі можливості підприємства.

Із розвитком суспільства формувалося явище конкуренції, яке завжди було одним з чинників прогресивного руху вперед. Конкуренція змушує суб'єктів підприємницької діяльності постійно самовдосконалюватись, знижувати витрати, більш якісно використовувати витрати, підвищувати якість продукції чи послуг, які пропонуються на ринку, впровадження інноваційної політики, тобто, таким чином підвищувати свою конкурентоздатність.

З економічної точки зору, конкурентоспроможність – це перевага одного підприємства над іншими підприємствами тієї ж галузі як на вітчизняному так і на міжнародному ринках.

Вплив на підвищення конкурентоспроможності підприємства здійснює безпосередньо сам ринок, де функціонує підприємство.

До важливих сфер підвищення конкурентоспроможності належать: управління людськими ресурсами, управління змінами, управління інноваціями та технологіями, процес виробництва [3, с. 146].

У сучасних ринкових умовах тільки наявність робочої сили, капіталу та сировини вже практично не забезпечує конкурентоспроможність підприємства, отримати переваги за рахунок цих відмінностей вже неможливо. Українські підприємства все менше виробляють продукцію, оскільки вона не може бути реалізованою через не конкурентоспроможність на ринку з імпортованими товарами.

Зазначені тенденції розвитку підприємств свідчать про відсутність чіткої стратегії підвищення конкурентоспроможності, цілеспрямованих заходів, які спрямовані на використання потенційних вигод та забезпечення стабільності.

Збільшення конкурентоспроможності являє собою процес змін. Так як зміни стосуються всіх основних організаційних складових (структура

кадрів, устаткування, кваліфікація, технологія, продукція, ринки збуту), здійснення даного процесу вимагає стратегічного підходу.

Це зумовлює необхідність розробки стратегії підвищення конкурентоспроможності. Конкурентні стратегії зорієнтовані на зайняття вигідних позицій у галузі діяльності підприємства. Успіх і лідерство підприємства базуються на послідовній реалізації певної стратегії. Завданням конкурентної стратегії підприємства є відшукати таку позицію в галузі, яка дозволяє йому захистити себе від конкурентних сил і впливати на них з користю для себе.

Підприємство обирає напрями підвищення своєї конкурентоспроможності, виходячи з розмірів підприємства, типу виробництва і асортиментної диференціації.

Організаціям, які працюють в умовах масового і крупносерійного виробництва, відповідає силова стратегія – конкурентні переваги полягають у виробництві масової продукції з низькими витратами, внаслідок чого досягається значний запас конкурентоспроможності [1, с. 228].

Підприємствам дрібносерійного виробництва відповідає нішева стратегія, адже, виробляючи невеликі партії продукції для обмеженого кола споживачів, такі організації постачають свої високоякісні товари тим, кого не влаштовує звичайна продукція. Таким підприємствам необхідно уникати прямої конкуренції і знаходити власні, нестандартні ніші, які є неприйнятними для провідних підприємств галузі функціонування.

Вільну нішу можна створити, враховуючи незадоволені потреби різних груп споживачів, орієнтації на основні для покупців критерії вибору товару. Це дозволяє підвищити конкурентоспроможність слабкого у боротьбі з сильним суперником.

Організації з масовим і серійним типом виробництва не завжди здатні задовольнити індивідуальні потреби споживача. Виробник одиничних товарів більш пристосований до задоволення невеликих за обсягом замовлень конкретного споживача.

Поєднуюча стратегія є напрямом підвищення споживчої цінності за рахунок індивідуалізації товару, а не за рахунок високої якості. Надвисока гнучкість підприємства одиничного типу виробництва дає змогу успішно конкурувати в галузі [4, с. 83].

Комплексною стратегією підприємства є стратегія забезпечення конкурентоспроможності. Вона включає довгострокові програми дій за всіма функціональними напрямками його діяльності, націлені на створення відповідного рівня конкурентоспроможності.

Елементами стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства є

- ресурсно-ринкова стратегія – включає такі аспекти, як обсяг та якість ресурсів, поведінка на ринку ресурсів;

- товарно-ринкова стратегія, яка охоплює рішення по таких аспектах, як асортимент, номенклатура, якість продукції, ступінь їх оновлення, ціноутворення, масштаби виробництва, реклама, обслуговування споживача;

- технологічна стратегія – містить в собі характер, ступінь стабільності та оновлення технології, технологічні розриви;

- соціальна стратегія – включає рішення за такими аспектами, як чисельність робітників, взаємозамінність робітників, диференціація робітників, ступінь патерналізму, соціальний тип колективу;

- інтеграційна стратегія – охоплює такі аспекти, як вертикальна, горизонтальна та діагональна інтеграція;

- інвестиційно-фінансова стратегія – включає в себе рішення по таких аспектах, як повернення залучених коштів, інвестування власних коштів, залучення зовнішніх фінансових ресурсів;

- управлінська стратегія – включає в себе рішення по таких аспектах, як тип управління, організаційна структура, управлінська структура [5, с. 130].

Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства поділяються на фактори зовнішнього та внутрішнього середовища.

До факторів зовнішнього середовища можемо віднести такі: рівень розвитку економіки країни та державного регулювання, участь країни у світових інтеграційних процесах, напрями зовнішньої політики, система комунікацій, вимоги споживачів до якості продукції, кількість природних монополій в країні, ефективність діяльності антимонопольного комітету.

Фактори зовнішнього середовища діляться на фактори прямого впливу (державні, конкурентні та ринкові фактори) та непрямого впливу (стан економіки, соціальні та міжнародні фактори).

Фактори внутрішнього середовища підприємства характеризуються такими показниками: технічний рівень виробництва, організація виробництва та управління, система формування та стимулювання попиту, стан ресурсного потенціалу.

Ключовими факторами визначення рівня конкурентоспроможності підприємства у внутрішньому середовищі є виробничий (маркетинг, організаційно-технічні, фінансово-економічні фактори) та інвестиційний потенціал (можливість залучення додаткових фінансових ресурсів та розмір власних джерел інвестування) [3, с. 146].

Крім того конкурентоспроможність підприємства знаходиться в залежності від виконання таких умов, як знання правил і культури ведення бізнесу в окремій країні, знання рівня конкурентоспроможності в галузі функціонування, розробка продукту відповідно до смаків та традицій споживачів тієї країни, де товар буде реалізовуватись, врахування культурних, соціальних, політичних, технологічних, екологічних особливостей, правильний вибір способу проникнення на ринок.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи дослідження основних напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємства, можна скласти висновок, що вибір стратегії конкурентної поведінки залежить від розмірів, конкретних умов і можливостей підприємства, типу виробництва, асортиментної диференціації. Для розробки ефективної та реально діючої конкурентної стратегії потрібно

комбінувати різні інструменти і методи, які є корисними для конкретного підприємства і ситуації його зовнішнього оточення.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства потрібно розглядати як довгостроковий послідовний процес формування та реалізації управлінських рішень у всіх сферах діяльності, який здійснюється відповідно до обраної стратегії довгострокового розвитку. Якщо є необхідність у підвищенні конкурентоспроможності підприємства, потрібно підвищити конкурентоспроможність продукції та збільшити частку на ринку, за допомогою таких дій: зниження ціни на продукцію або послуги, впровадження на ринок нового виду продукції, представлення привабливого виду товару через рекламу, розроблення інноваційної продукції, тобто продаж товар через більшу кількість торгових представників, розширення номенклатури своєї продукції.

Список використаних джерел:

1. Станіславик О. В., Коваленко О. М. Актуальні шляхи та фактори підвищення конкурентоспроможності вітчизняного підприємства. Економічний форум. 2017. № 2. С. 223-231. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2017_2_39
2. Денисюк Т., Сілічєва Н. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2014. № 9. С. 202-205. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2014_9_22
3. Гончарук А. О. Методи підвищення конкурентоспроможності підприємства. Управління розвитком. 2014. № 3. С. 145-147. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2013_3_61
4. Баюра В. І. Напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. 2014. Вип. 8(2). С. 81-84. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_8\(2\)_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_8(2)_19)
5. Калюжний В. Я., Зубко Т. Л. Підвищення конкурентоспроможності підприємства. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2015. № 3. С. 127-132. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2015_3_24
6. Фальченко О. О. Моніторинг управління витратами як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Сер. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. 2014. № 32. С. 159-162. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vscrpt_2014_32_31
7. Грібахо О. О. Організаційна культура підприємства як чинник підвищення його конкурентоспроможності. Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Сер. : Економіка і менеджмент. 2013. № 1. С. 104-112. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsuem_2013_1_14

Kudrenko N.V., Nikolaenko S.M., Mysnyk N.S.

INCREASSING COMPANY COMPETENTIVNESS

With society development the phenomenon of competition, which has always been one of the factors of the progressive movement forward was formed. Competition forces business entities to constantly improve themselves, reduce costs, use costs more qualitatively, improve the quality of products or services that are offered on the market, introduce innovative policies, that increase their competitiveness.

Competitiveness characterizes the enterprise's ability to perform efficiently and adapt in a competitive environment. As an economic category in the market economy, competitiveness is the main economic category, because it reflects the scientific, technical, economic, marketing, managerial, production capabilities of the enterprise.

In the current market conditions, only labor availability, capital and raw materials practically do not ensure the competitiveness of the enterprise, it is already impossible to obtain advantages due to these differences. Ukrainian enterprises are increasingly producing products, because it can not be realized through non-competitiveness in the market with imported goods.

Enterprises, being on the market in constant competitive struggle, require disclosure of the competitive environment's influence on competitiveness, its assessment taking into account changes in this environment, improving the strategy of competitive behavior.

The choice of competitive strategy behavior depends on the size, the specific conditions and possibilities of the enterprise, the type of production, the assortment differentiation. To develop an effective and effective competitive strategy, you need to combine various tools and methods that are useful for a particular enterprise and the situation of its external environment.

Increasing the competitiveness of an enterprise should be seen as a long-term sequential process of formation and implementation managerial decisions in all spheres of activity, is carried out by the chosen long-term development strategy.

Key words: competition, competitiveness, strategy, factors of increase of competitiveness of the enterprise, ways of increase of competitiveness of the enterprise.

УДК 338.001.36

Верхоглядова Н.І.

доктор економічних наук,
професор, проректор

Придніпровської державної академії будівництва та архітектури

Мардус Н.Ю.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічного аналізу та обліку
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»

ДОСЛІДЖЕННЯ СТРУКТУРНИХ ЗМІН ОПТОВОГО ТОВАРООБОРОТУ НА ВНУТРІШНЬОМУ РИНКУ ТОВАРІВ

Досліджено вплив структурних зрушень на внутрішньому ринку товарів з метою визначення стратегічних орієнтирів розвитку внутрішнього товарів України. Для досягнення мети було досліджено обсяг оптового товарообороту продовольчих та непродовольчих товарів, структуру оптового товарообороту за товарними групами з метою визначення прогресивності змін в структурі оптового товарообороту за товарними групами та за суб'єктами (виробниками товарів). За результатом проведеного аналітичного дослідження структури і структурних змін обсягів товарообороту було створено інформаційно-аналітичну базу щодо дослідження розвитку внутрішнього ринку товарів. Встановлено, що відчувається домінування негативних тенденцій щодо зміни структури оптового товарообороту непродовольчих товарів за суб'єктами (виробниками продукції, представленої на внутрішньому ринку) і зміни в структурі оптового товарообороту за суб'єктами (виробниками товарів) неможна вважати прогресивними.

Ключові слова: структура, структурні зміни, товарооборот, товарний ринок, непродовольчі товари, динаміка.

Исследовано влияние структурных сдвигов на внутреннем рынке товаров с целью определения стратегических ориентиров развития внутреннего товаров Украины. Для достижения цели были исследованы объем оптового товарооборота продовольственных и непродовольственных товаров, структура оптового товарооборота по товарным группам с целью определения прогрессивности изменений в структуре оптового товарооборота по товарным группам и по субъектам (производителям товаров). В результате проведенного аналитического исследования структуры и структурных изменений объемов товарооборота была создана информационно-аналитическую базу по исследованию развития внутреннего рынка товаров. Установлено, что ощущается доминирование негативных тенденций по изменению структуры оптового товарооборота непродовольственных товаров по субъекту (производителями продукции, представленной на внутреннем рынке) и изменения в структуре оптового товарооборота по субъекту (производителям товаров) нельзя считать прогрессивными.

Ключевые слова: структура, структурные изменения, товарооборот, товарный рынок, непродовольственные товары, динамика.

Постановка проблеми. Питання дослідження внутрішнього ринку товарів завжди актуальні і досліджувались провідними економістами. Визнано, що дослідження внутрішнього ринку товарів полягає у дослідженні його структури і структурних змін. Проте, незважаючи на значну кількість аналітичних напрацювань дослідників у даній сфері дослідження, подальшого методологічного осмислення потребує створення аналітично-інформаційної бази, що дозволить окреслити основні стратегічні орієнтири розвитку внутрішнього ринку товарів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання аналітичного дослідження процесів, що виникають на внутрішньому ринку товарів розглядали такі вчені, як В. Апопій, І. Бланк, В. Бодров, А. Герасименко, В. Лагутін, О. Міняйло, В. О. Точилін, Т. О. Осташко, О. В. Пустовойт [1], А. Кредисов, І. Сіваченко, Ю. Пахомов, О. Паценко, В. Чередниченко, О. Шнипко та ін. Проте, потребує глибокого і всебічного дослідження потребують питання аналізу структури внутрішнього ринку і структурних зрушень.

Метою дослідження є аналіз і оцінка структури і структурних змін оптового товарообороту непродовольчих товарів, що дасть змогу дослідити структуру та структурні зрушення на внутрішньому ринку товарів.

Виклад основного матеріалу дослідження. В ході дослідження структури внутрішнього ринку товарів слід вивчити, як змінилась структура оптового та роздрібного товарообороту за окремими товарними групами та суб'єктами, що функціонують на ринку.

У даному випадку, перш за все, розглянемо склад оптового товарообороту за окремими товарними групами. Обсяг оптового товарообороту продовольчих та непродовольчих товарів наведена на рис. 1.

Як видно з даних рис. 1, обсяг оптового товарообороту продовольчих товарів за 2008-2012 роки збільшився з 155,1 млрд грн. до 215,2 млрд грн. (на 38,75%). Наступні два роки спостерігалось зниження оптового товарообороту продовольчих товарів до 194,7 млрд грн. (на 9,53% порівняно з 2012 роком).

У 2015-2017 роках оптовий товарооборот продовольчих товарів мав тенденцію до зростання і досяг свого максимального рівня у 314 млрд грн., що є вдвічі більшим за рівень 2008 року або на 24,2% більшим за рівень 2016 року.

Обсяг оптового товарообороту непродовольчих товарів мав схильність до суттєвих коливань. Так, у 2009 році спостерігалось досить суттєве зниження даного показника на 194,3 млрд грн. або на 23,03%, який набув свого мінімального за останні десять років значення.

У 2010-2011 роках оптовий товарооборот непродовольчих товарів збільшувався і склав 912,8%. Проте зростання виявилось короткотерміновим і поступилося місцем низхідній тенденції обсягів оптового товарообороту непродовольчих товарів. Так, за 2012-2014 роки даний показник знизився до 793,2 млрд грн. За 2015-2017 роки оптовий товарооборот непродовольчих товарів зростав і досяг у 2017 році максимальної величини. В цілому за 2008-2017 роки обсяг оптового товарообороту непродовольчими товарами зріс на 751,2 млрд грн. або на 89,05%.

Водночас, слід відзначити, що обсяг оптового товарообороту як продовольчих, так і непродовольчих товарів збільшувався значною мірою за рахунок впливу інфляційного чинника.

Структура оптового товарообороту за основними товарними групами, яка наведена на рисунку 2 свідчить, що в структурі оптового товарообороту переважають непродовольчі



Рис. 1. Обсяг оптового товарообороту продовольчих та непродовольчих товарів

Джерело: складено автором на основі [2-11]

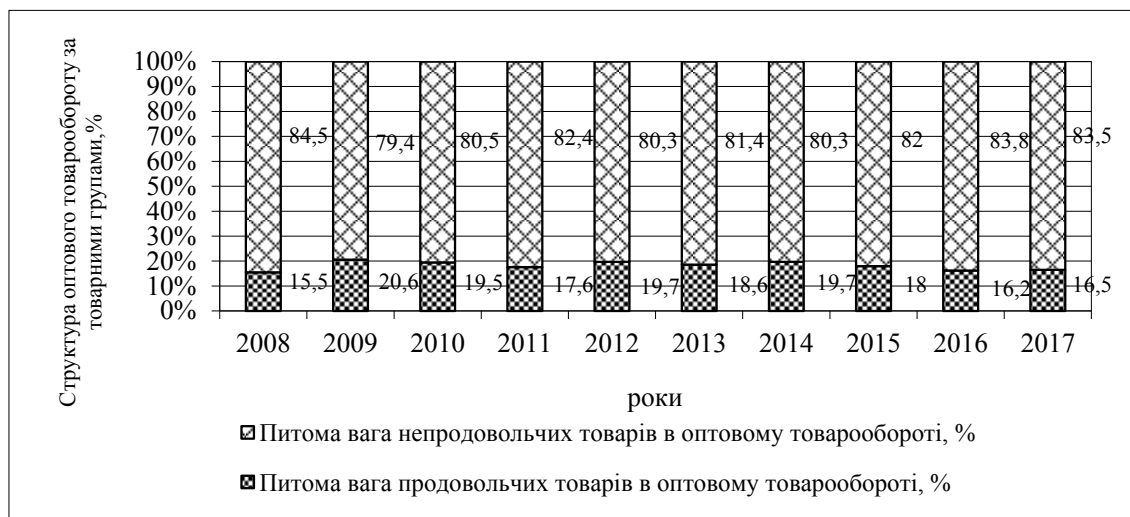


Рис. 2. Структура оптового товарообороту за товарними групами

Джерело: складено автором на основі [2-11]

товари, найнижча величина частки яких протягом досліджуваного періоду становила 79,4% у 2009 році, а найбільша – 84,5 у 2008 році. Водночас, слід зауважити, що періоди зниження частки непродовольчих товарів практично співпадають з періодами функціонування національної економіки країни, які вирізнялись несприятливими змінами більшості макроекономічних показників.

Найвища частка продовольчих товарів в структурі оптового товарообороту була зафіксована у 2009 році, який характеризувався домінуванням кризових економічних процесів під впливом протікання світової фінансової кризи.

В цілому за 2008-2017 роки не дивлячись на коливання частка непродовольчих товарів так і не перевищила рівня, що спостерігався на початку досліджуваного періоду. У 2017 році значення цього показника склало 83,5%, що на 0,3% менше за рівень 2016 року, а також на 1% менше за рівень 2008 року. Це свідчить про те, що зміни структури оптового товарообороту за товарними групами неможна назвати прогресивними.

На основі даних попереднього рисунку, пропонується розрахувати коефіцієнт прогресивності змін у структурі оптового товарообороту за товарними групами як співвідношення досягнутого значення частки непродовольчих товарів (як найбільш пріоритетної складової частини оптового товарообороту) до частки непродовольчих товарів попереднього (базисного) року. Якщо значення даного коефіцієнта перевищує 1, то це свідчить про прогресивні зрушення у структурі оптового товарообороту за товарними групами.

Як видно з даних рисунку 3, в порівнянні з попередніми роками дослідження зміни в структурі оптового товарообороту за товарними гру-

пами були прогресивними у 2010 та 2011 роках, у 2013 році, а також у 2015 та 2016 роках. В порівнянні з базовим 2008 роком зміни в структурі оптового товарообороту за товарними групами на жаль неможна вважати позитивними.

Структура оптового товарообороту за суб'єктами, що функціонують на внутрішньому ринку, характеризується, перш за все, питомою вагою продажу товарів вітчизняного виробництва в обсязі оптового товарообороту.

Як видно з даних рисунку 4, питома вага продажу товарів вітчизняного виробництва в структурі оптового товарообороту продовольчих товарів була досить значною та не вирізнялась суттєвими коливаннями. Незначним зниженням цього показника відзначились 2009 рік (на 0,4% в порівнянні з попереднім роком), 2012 та 2013 роки (на 2% та 0,3%, відповідно). Крім того, слід відзначити зростання даного показника, яке спостерігалось впродовж останніх чотирьох років досліджуваного періоду.

В цілому, за 2008-2017 роки питома вага обсягів продажу вітчизняного виробництва в оптовому товарообороті продовольчих товарів зросла на 2%, що позитивно характеризує зміни в структурі оптового товарообороту продовольчих товарів за суб'єктами (виробниками продукції, представленої на внутрішньому ринку).

Водночас, якщо розглядати питому вагу продажу товарів вітчизняного виробництва в оптовому товарообороті непродовольчих товарів, то слід відзначити, що, незважаючи на несуттєве підвищення у 2009 році (на 0,9% порівняно з 2008 роком), починаючи з 2010 року спостерігається невпинна тенденція до зниження цього показника.

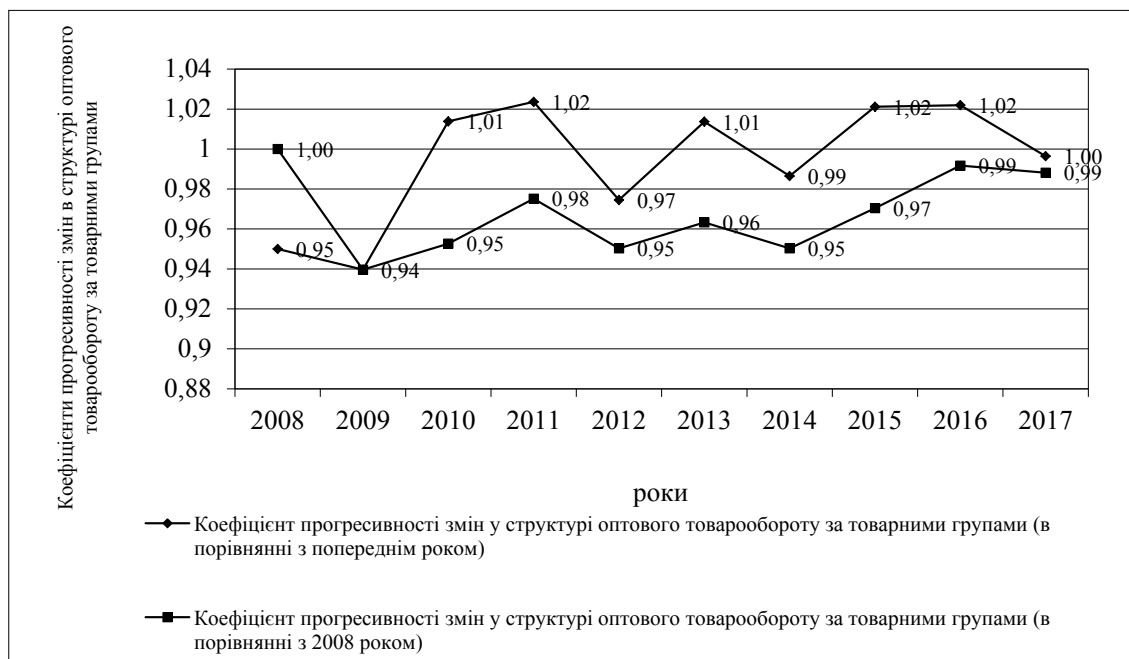


Рис. 3. Результати дослідження прогресивності змін в структурі оптового товарообороту за товарними групами

Джерело: складено автором на основі [2-11]

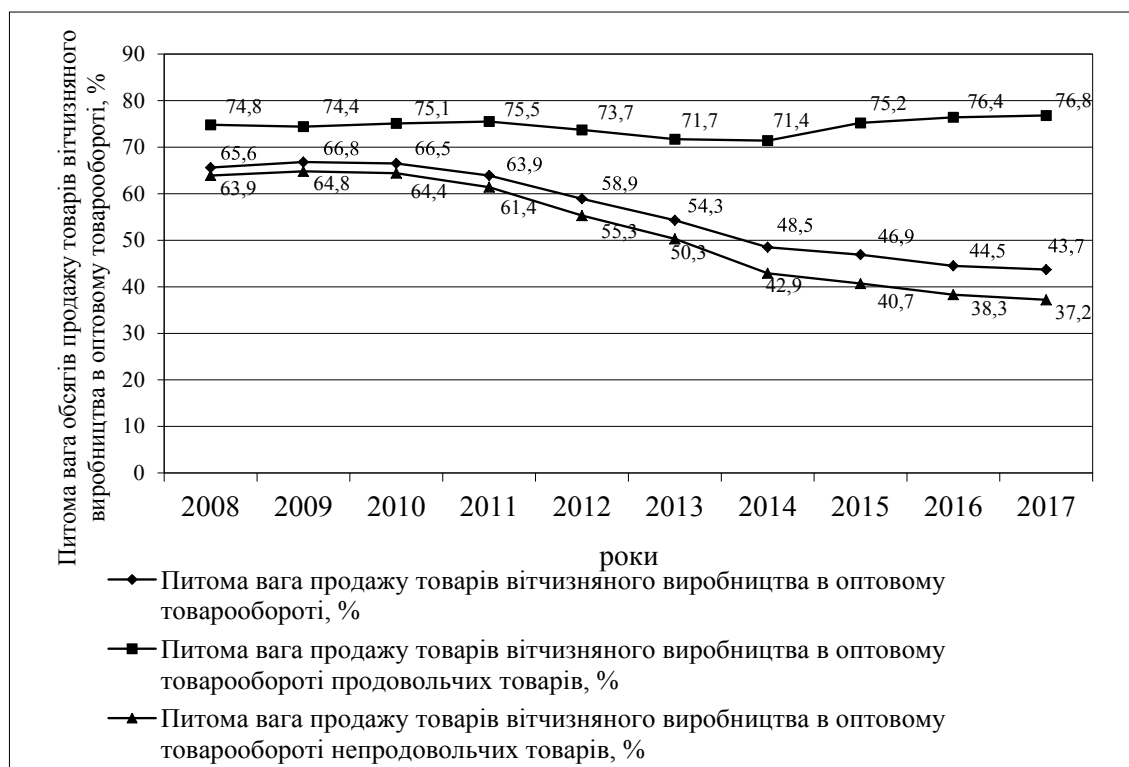


Рис. 4. Питома вага обсягів продажу товарів вітчизняного виробництва у оптовому товарообороті, %

Джерело: складено автором на основі [2-11]

В цілому, за 2008-2017 роки питома вага продажу товарів вітчизняного виробництва в оптовому товарообороті непродовольчих товарів знизилась з 63,9% до рекордно

низького рівня 37,2%. Це, однозначно свідчить про домінування негативних тенденцій щодо зміни структури оптового товарообороту непродовольчих товарів за суб'єктами

(виробниками продукції, представленої на внутрішньому ринку).

Позитивні структурні зрушення, які спостерігались в оптовій торгівлі продовольчими товарами, були нестабільними та настільки несуттєвими, що не спроможні були компенсувати негативні структурні зрушення, що домінували в оптовій торгівлі непродовольчими товарами. Як наслідок, частка продажу товарів вітчизняного виробництва в оптовому товарообороті за досліджуваний період знизилась з 65,6% у 2008 році до 43,7% у 2017 році, що негативно характеризує зміни структури оптового товарообороту за суб'єктами (виробниками продукції, представленої на внутрішньому ринку).

На основі даних рисунку 5, визначимо коефіцієнт прогресивності структури оптового товарообороту за суб'єктами (виробниками). Що визначається як співвідношення досягнутого значення питомої ваги товарів вітчизняного виробництва в структурі оптового товарообороту (як найбільш пріоритетної складової його частини) до аналогічного показника попереднього (базисного) року. Якщо значення даного коефіцієнта перевищує 1, то це свідчить про прогресивні зрушення у структурі оптового товарообороту за суб'єктами (виробниками товарів).

Як видно з даних рисунку 5, починаючи з 2011 року зміни в структурі оптового товарообороту за суб'єктами (виробниками товарів) неможна вважати прогресивними, адже коефіцієнт прогресивності змін є меншим за оди-

ницю, як при порівнянні з попереднім, так і при порівнянні з базисним роком.

Висновки з проведеного дослідження. Результати дослідження показали, що в цілому за 2008-2017 роки обсяг оптового товарообороту непродовольчими товарами зріс на 751,2 млрд грн. або на 89,05%. Водночас, слід відзначити, що обсяг оптового товарообороту як продовольчих, так і непродовольчих товарів збільшувався значною мірою за рахунок впливу інфляційного чинника.

В структурі оптового товарообороту переважають непродовольчі товари, проте, в цілому за 2008-2017 роки не дивлячись на коливання частка непродовольчих товарів так і не перевищила рівня, що спостерігався на початку досліджуваного періоду. Це свідчить про те, що зміни структури оптового товарообороту за товарними групами неможна назвати прогресивними.

В порівнянні з попередніми роками дослідження зміни в структурі оптового товарообороту за товарними групами були прогресивними у 2010 та 2011 роках, у 2013 році, а також у 2015 та 2016 роках. В порівнянні з базовим 2008 роком зміни в структурі оптового товарообороту за товарними групами нажаль неможна вважати позитивними.

Питома вага продажу товарів вітчизняного виробництва в структурі оптового товарообороту продовольчих товарів була досить значною та не вирізнялась суттєвими коливаннями. В цілому, за 2008-2017 роки питома вага обсягів

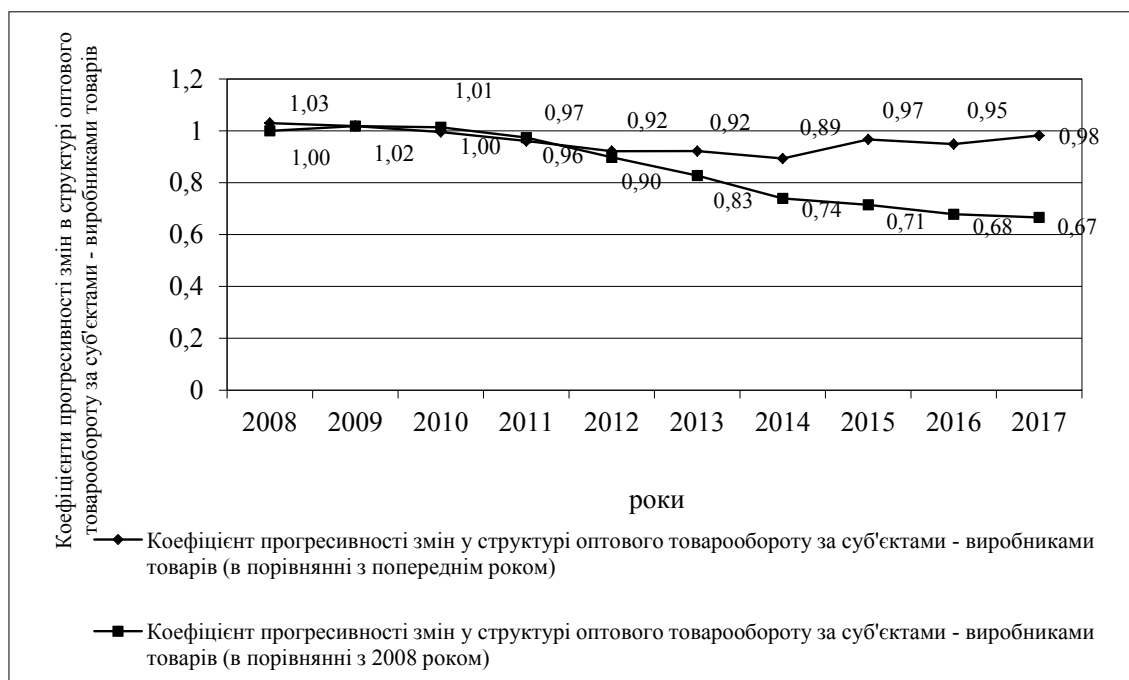


Рис. 5. Результати дослідження прогресивності змін в структурі оптового товарообороту за суб'єктами (виробниками товарів)

Джерело: складено автором на основі [2-12]

продажу вітчизняного виробництва в оптовому товарообороті продовольчих товарів зросла на 2%, що позитивно характеризує зміни в структурі оптового товарообороту продовольчих товарів за суб'єктами (виробниками продукції, представленої на внутрішньому ринку).

Позитивні структурні зрушення, які спостерігались в оптовій торгівлі продовольчими товарами, були нестабільними та настільки несуттєвими, що не спроможні були компенсувати негативні структурні зрушення, що домінували в оптовій торгівлі непродовольчими товарами. Як наслідок, частка продажу

товарів вітчизняного виробництва в оптовому товарообороті за досліджуваний період знизилась з 65,6% у 2008 році до 43,7% у 2017 році, що негативно характеризує зміни структури оптового товарообороту за суб'єктами (виробниками продукції, представленої на внутрішньому ринку).

За результати проведеного аналітичного дослідження структури і структурних змін обсягів товарообороту було створено інформаційно-аналітичну базу щодо визначення стратегічних орієнтирів розвитку внутрішнього ринку товарів.

Список використаних джерел:

1. Ринки реального сектора економіки України : структурно інституціональний аналіз [Точилін В. О., Осташко Т. О., Пустовойт О. В. та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук, проф. В. О. Точиліна ; Ін-т екон. та прогноз. НАН України. К., 2009. 640 с.
2. Звіт Антимонопольного комітету за 2013 рік. Затверджено Розпорядженням Антимонопольного комітету України від 14.03.2014 № 131-р. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=103172&schema=main>
3. Звіт Антимонопольного комітету за 2014 рік. Затверджено Розпорядженням Антимонопольного комітету України від 12.03.2015 № 6-пп. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=110270&schema=main>
4. Звіт Антимонопольного комітету за 2015 рік. Затверджено Розпорядженням Антимонопольного комітету України від 14.03.2016 № 3-пп. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=122547>
5. Звіт Антимонопольного комітету за 2016 рік. Затверджено Розпорядженням Антимонопольного комітету України від 14.03.2017 № 2-пп. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=133712&schema=main>
6. Звіт Антимонопольного комітету за 2017 рік. Затверджено Розпорядженням Антимонопольного комітету України від 28.02.2018 № 5-пп. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=140483&schema=main>
7. Doing Business оцінка бізнес регулювання. Наборы ретроспективных данных и данные о трендах. URL: <http://russian.doingbusiness.org/custom-query>
8. Внутрішня торгівля. Публікації Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publtorg_u.htm
9. Економічна статистика / Економічна діяльність / Внутрішня торгівля / Розділ статистичної інформації Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/spr.htm
10. Багатогалузева статистична інформація / Регіональна статистика / Розділ статистичної інформації Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sestr.htm
11. Регіональна статистика / Публікації Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ2_u.htm

Verhoglyadova N.I., Mardus N.Y.

RESEARCH OF STRUCTURAL CHANGES IN THE WHOLESALE TRADE FACTOR ON THE INTERNAL MARKET OF GOODS

The influence of structural shifts on the domestic commodity market with the purpose of identifying strategic guidelines for the development of domestic goods of Ukraine has been researched. To achieve the goal, the volume of wholesale trade in food and non-food products was investigated. Also, the structure of wholesale commodity circulation by commodity groups and the subjects (producers of goods) was investigated in order to determine the progressiveness of changes in the structure of wholesale trade turnover.

The share of sales of goods of domestic production in the structure of the wholesale trade in food products was quite significant and did not differ in material fluctuations. During 2008-2017, the share of sales of domestic production in the wholesale commodity circulation of food products increased by 2%,

which positively characterizes changes in the structure of the wholesale commodity turnover of food products by the subjects (producers of products presented on the domestic market).

The positive structural changes in the wholesale trade in food products were volatile and insignificant and were not able to compensate for the negative structural changes in the wholesale trade in non-food products. The share of domestic goods sales in wholesale turnover for the investigated period decreased from 65.6% in 2008 to 43.7% in 2017, which negatively characterizes changes in the structure of wholesale trade by entities (producers of products presented in the domestic market). As a result of the analytical study of the structure and structural changes in the volumes of goods turnover, an information and analytical base for research on the development of the domestic commodity market was created to determine the strategic guidelines for the development of the domestic commodity market.

Key words: structure, structural changes, commodity circulation, commodity market, non-food products, dynamics.

УДК 338.48

Романова А.А.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики
Чернігівського національного технологічного університету

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ТУРИСТИЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

У статті проведено ґрунтовний аналіз чинної державної стратегії розвитку туристичної сфери України. Подано та охарактеризовано основні недоліки офіційної державної стратегії розвитку туризму та курортів України (2017-2026 рр.), а саме: Відсутність місії та візії; у меті не конкретизовано предмет; не проведено ґрунтовний аналіз поточної ситуації у вітчизняній туристичній індустрії; методологічно некоректний поділ по напрямках; відсутність такого важливого напрямку розвитку туристичної індустрії як «конкурентоспроможний рівень сервісу та національні стандарти якості»; некоректне застосування термінів та визначень; відсутність таргетування бажаної цільової аудиторії туристів; відсутність плану просторового зонування вітчизняної туристичної індустрії; нестача чіткого маркетингового плану; відсутність антикризового плану поліпшення туристичного іміджу України; розмитість термінів виконання стратегії та відсутність проміжних критеріїв ефективності; недосконалість інструментарію контролю результатів. Подано пропозиції щодо усунення недоліків туристичної стратегії України. Визначено структуру, найбільш сприятливу для розвитку туристичної індустрії України. Надано методологічні рекомендації щодо удосконалення туристичної стратегії країни.

Ключові слова: стратегія розвитку туризму, міжнародний туризм, туристична індустрія, маркетинг дестинації.

В статье проведен подробный анализ действующей государственной стратегии развития туристической сферы Украины. Подано и охарактеризованы основные недостатки официальной государственной стратегии развития туризма и курортов Украины (2017-2026 гг.), А именно: отсутствие миссии и видения; в цели не конкретизирован предмет; не проведен основательный анализ текущей ситуации в отечественной туристической индустрии; методологически некорректно разделение по направлениям; отсутствие такого важного направления развития туристической индустрии как «конкурентоспособный уровень сервиса и национальные стандарты качества»; некорректное применение терминов и определений; отсутствие таргетирования желаемой целевой аудитории туристов; отсутствие плана пространственного зонирования отечественной туристической индустрии; нехватка четкого маркетингового плана; отсутствие антикризисного плана улучшения туристического имиджа Украины; размытость сроков выполнения стратегии и отсутствие промежуточных критериев эффективности; несовершенство инструментария контроля результатов. Представлены предложения по устранению недостатков туристической стратегии Украины. Определена структура, наиболее благоприятная для развития туристической индустрии Украины. Предоставлены методологические рекомендации по совершенствованию туристической стратегии страны.

Ключевые слова: стратегия развития туризма, международный туризм, туристическая индустрия, маркетинг дестинации.

Постановка проблеми. 16 березня 2017 року Кабінет Міністрів України затвердив державну «Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» [1]. Це можна вважати позитивним кроком у розбудові державної політики розвитку туристичної сфери. Але якщо проаналізувати затверджену стратегію та стан її виконання, можна знайти ряд недоліків, які на первинному інституційному рівні гальмують розвиток туристичної індустрії країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічні основи стратегічного планування в різні часи вивчали провідні українські вчені (подається за алфавітом): О. Любіцева, М. Мальська [2], А. Парфіненко [3], Т. Ткаченко [4], В. Федорченко [5], Е. Щепанський [6] та інші.

Крім того, розвиток туристичної індустрії в туристичних дестинаціях саме на засадах стратегічного планування відстоюють та методологічно підтримують такі авторитетні міжнародні інституції, як Всесвітня туристична організація (UNWTO). Зокрема UNWTO розробляє концептуальні засади розробки та реалізації національних туристичних стратегій [7].

Однак недостатньо вивченими залишаються питання, пов'язані з розробкою та застосуванням методологічних засад для розробки та аналізу сучасного стратегічного планування туристичної сфери України.

Постановка завдання. Метою даної статті є розробити та запропонувати методологічні основи для розробки стратегії туристичного розвитку України.

Виклад основного матеріалу дослідження. «Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» (далі – Стратегія 2026) окреслює завдання для державної політики у сфері туризму та курортів на період у 9 років по наступних п'яти напрямках:

- 1) безпека туристів;
- 2) нормативно-правова база сфери туризму та курортів;
- 3) розвиток туристичної інфраструктури;
- 4) розвиток людських ресурсів;
- 5) маркетингова політика розвитку туризму та курортів України.

При цьому передбачається, що для досягнення цілей Стратегії 2026 у рамках визначених пріоритетних напрямів необхідно забезпечити ефективну взаємодію правового, організаційного, економічного та фінансового механізмів державного регулювання розвитку сфери туризму та курортів.

Недоліки офіційної державної стратегії розвитку туризму та курортів України (2017-2026 рр.):

1. *Відсутність місії та візії.* Місія та візія присутні у більшості туристичних стратегій про-

відних туристичних країн світу. Саме місія та візія окреслюють конденсований результат, до якого призведе успішне виконання стратегії.

2. *У меті не конкретизовано предмет,* тобто проголошується розвиток туристичної сфери взагалі, без уточнення того, що для національної економіки важливо розвивати саме в'їзний та внутрішній туризм. Зокрема цей методологічний недолік у меті відгукується некоректним показником ефективності реалізації стратегії. А саме: «збільшення кількості суб'єктів туристичної діяльності» без конкретизації того, який вид туризму (в'їзний, внутрішній чи виїзний) мають представляти дані суб'єкти. Очевидно, що задля розвитку вітчизняної економіки держава має сприяти саме збільшенню суб'єктів туристичної діяльності, які працюють на в'їзному та внутрішньому туристичному ринку.

3. *Не проведено ґрунтовний аналіз поточної ситуації у вітчизняній туристичній індустрії,* не зроблено маркетингового дослідження щодо соціально-демографічних характеристик потенційних туристів до України та їх основних потреб. Будь-яка стратегія має включати аналітичний розділ, а стратегічне планування починається з аналітики. Відсутність аналітичної основи призводить до неправильного вибору напрямів, інструментів та критеріїв розвитку галузі.

4. *Методологічно некоректний поділ по напрямках.* Зокрема, напрям «нормативно-правова база сфери туризму та курортів» відображає інструмент досягнення змін у певному напрямку, а не сам об'єкт впливу.

5. *Відсутність такого важливого напрямку розвитку туристичної індустрії, як: «конкурентоспроможний рівень сервісу та національні стандарти якості»,* що визначатиме вектор діяльності центральних та місцевих органів влади, відповідальних за туризм.

6. *Некоректне застосування термінів та визначень,* зокрема відбулася підміна понять: за поняттям «кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України» насправді лежить поняття «кількість прибуттів», що насправді значно більше, ніж кількість реальних туристів (як основне джерело Міністерство економічного розвитку та торгівлі використовує дані Державної прикордонної служби [8], які навіть не завжди збігаються з даними Державної служби статистики України [9]).

7. *Відсутність таргетування бажаної цільової аудиторії туристів.* У стратегії немає чіткого визначення пріоритетних груп туристів, на які має бути сформований та зорієнтований український турпродукт. В тому числі не визначено й пріоритетних видів туризму, розвиток та просування яких зробить національний турпродукт

конкурентоспроможним в умовах глобалізації. Така сама невизначеність та «декларування» намірів без конкретизації відображається у показнику ефективності як «заснування десяти туристичних представництв за кордоном», без уточнення, в яких країнах та містах та чому саме там пріоритетно відкривати українські туристичні представництва.

8. *Відсутність плану просторового зонування вітчизняної туристичної індустрії.* Національні туристичні ресурси розподілені нерівномірно у просторово-географічному вимірі. Кожен регіон України наділений туристичними ресурсами, які можуть бути об'єднані в унікальний туристичний продукт для певного виду туризму та певної цільової аудиторії. Крім того просторове районування дасть

зможу створити певні конкурентоспроможні туристичні кластери [10].

9. *Нестача чіткого маркетингового плану* щодо популяризації України серед цільових груп споживачів. Більшість стратегій туристично розвинутих країн містять чіткий, деталізований маркетинговий план просування територій.

10. *Відсутність антикризового плану поліпшення туристичного іміджу України* в умовах військового конфлікту та анексії територій. Починаючи з 2014 року Україна зазнала значне зниження в'їзних туристичних потоків, що негативно позначилось на соціально-економічних показниках розвитку країни в цілому. Дане падіння у розвитку української туристичної індустрії доцільно пов'язати суто із погіршенням іміджу України в світі, зокрема

Таблиця 1

Пропозиції щодо усунення недоліків туристичної Стратегії 2026

Об'єкт регулювання	Зауваження до чинної стратегії	Пропозиції
Мета	Мета не визначає пріоритет внутрішнього та в'їзного туризму над виїзним	... «Метою реалізації Стратегії є формування сприятливих умов для активізації розвитку вітчизняної сфери туризму та курортів...»
Методологічно некоректний поділ по напрямках державної політики у сфері та курортів	Напрямок «нормативно-правова база сфери туризму та курортів» відображає інструмент досягнення змін у певному напрямку, а не сам об'єкт впливу. Також відсутній важливий напрямок «конкурентоспроможний рівень сервісу та національні стандарти якості»	Напрямок «нормативно-правова база сфери туризму та курортів» описати в розділі «Нормативно-правові інструменти забезпечення виконання завдань». Додати напрямок «конкурентоспроможний рівень сервісу та національні стандарти якості» та спланувати ряд заходів, для його забезпечення
«... забезпечення відповідності ціни та якості туристичних продуктів шляхом розроблення та імплементації національних стандартів...»	Стратегія не містить конкретизації, які саме стандарти, в яких сферах туристичної індустрії мають бути розроблені та імplementовані, Крім того, за рік не було розроблено жодного національного стандарту у сфері туризму	Додати у Стратегію напрямок «Конкурентоспроможний рівень сервісу та національні стандарти якості»
Некоректне застосування термінів у показниках ефективності	У показниках ефективності відбулася підміна понять: замість поняття «кількість прибуттів» застосували поняття «кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України»	В тексті документу замінити «кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України» на «кількість прибуттів»
Нетаргетований ринок споживачів	Стратегія не містить відповіді на питання: «Хто основні споживачі українського турпродукту?», «Під кого розробляти турпродукт?»	Чітко визначити, обґрунтувати та охарактеризувати пріоритетні види туристів та турпродукт, відповідний їх потребам У показниках ефективності застосувати
Відсутній маркетинговий план та антикризова стратегія з національного брендингу	Більшість туристичних стратегій провідних туристичних країн мають детальний маркетинговий план та/або план національного брендингу	Розробити та доповнити Стратегію 2026 Маркетинговим планом та планом з брендингу

туристичного. Задля відновлення туристичної та інвестиційної привабливості України необхідно насамперед розробити об'єктивну методичку систематичного визначення міжнародного туристичного іміджу країни. На основі показників іміджу країни – включити до Стратегії антикризовий план туристичного брендингу України.

11. *Розмитість термінів виконання стратегії* та відсутність проміжних критеріїв ефективності. Стратегія 2026 розрахована на дев'ять років, проте за умов нестабільності геополітичних та соціально-економічних процесів у державі таке довготривале планування вважаємо неефективним.

12. *Недосконалість інструментарію контролю результатів*, відсутність якісних показників ефективності. Показники реалізації стратегії («Контрольні показники розвитку сфери туризму та курортів в Україні») містять лише кількісні показники, при цьому відсутні такі важливі якісні показники, як поліпшення туристичного іміджу України (визначається за міжнародними рейтингами).

Сталий розвиток туризму – це стратегія економічного розвитку, яка має на меті захищати та розширювати антропогенну, екологічну та культурну спадщину і одночасно бути локомотивом розвитку економіки. Стратегічний план туризму має зосереджуватися на принципах сталості не лише суто екологічних умов, а також економічної та територіальної стабільності, використання історико-культурної спадщини, створення та використання інновацій в туристичних продуктах, задіяння відповідних фінансових ресурсів, автентичності та ідентичності.

Стратегія туристичного розвитку має базуватися на інтеграції ключових гравців у сфері туризму (національна та місцева влада, турбізнес, громадськість) та підтримувати співробітництво між установами, які на різних рівнях (національному, регіональному та територіальному) відповідальні за управління туризмом. Стратегічний план обов'язково повинен включати інструменти управління у туристичній політиці, наприклад, для забезпечення рентабельності та стабільності – необхідно засто-



Рис. 1. Необхідна структура туріндустрії країни для успішної реалізації національної туристичної стратегії

сувати інструмент співпраці між центральною владою, регіональними владами та територіями, у відповідності до владних компетенції та конституційних прерогатив.

Визначимо структуру, найбільш сприятливу для розвитку туристичної індустрії України (рис. 1).

Висновки з проведеного дослідження. З огляду на вищенаведене та задля усунення недоліків розробленої Стратегії-2026, запропоновано універсальну *Методику розробки маркетингових стратегій в туризмі*, яка базується на наступних п'яти етапах:

I. Переглянути та оцінити поточну якість та стандарт туристичного продукту, як існуючого, так і потенційного, з точки зору його різноманітності та конкурентоспроможності (природно-ландшафтної, історико-культурної, рекреаційно-оздоровчої).

II. Проаналізувати минулі та нинішні моделі туризму в країні та оцінити поточний внутрішній, регіональний та міжнародний імідж країни з точки зору туристичного напрямку.

III. Розробити профілі коротко-, середньо- та довгострокових перспективних ринків споживачів та цільових сегментів на цих ринках, які можуть бути привернуті до країни у якості туристів. Визначити цільові показники прибуття

та розміщення на п'ятирічний період за типами, категоріями та сегментами з міжнародних та внутрішніх ринків.

IV. Оцінити поточні маркетингові та рекламні проекти в країні, включаючи вже випущені рекламні матеріали, їхні канали розповсюдження, а також проаналізувати інформаційні технології маркетингу, особливо соціальні медіа як найефективніші за умов глобалізації та інформатизації.

V. Переглянути існуючі інституційні основи для маркетингу країни як туристичного напрямку, а також визначити та запропонувати організаційні зміни, необхідні для забезпечення ефективної реалізації маркетингової стратегії за участі сильного державно-приватного партнерства.

VI. Підготувати середньо- і довгостроковий маркетинговий план (як складову Стратегії), включаючи рекомендації щодо національного та регіонального брендингу та визначення фінансових й технічних ресурсів, необхідних для реалізації цього плану. Загальний маркетинговий план включатиме докладну короткотермінову маркетингову та рекламну програму на перші п'ять років, що визначатиме діяльність, цілі та кошторис витрат на рік.

Список використаних джерел:

1. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Урядовий портал. 2017. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>.
2. Любіцева О. О., Мальська М. П., Зінко Ю. В. Концептуальні засади географії рекреації і туризму. Географія та туризм. 2011. Вип. 11. С. 3-14.
3. Парфіненко А. Ю. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід: монографія / кол. авт., за ред. А. Ю. Парфіненка. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 280 с.
4. Ткаченко Т. І. Сталый розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. К.: Київський національний торгово-економічний університет, 2006. 537 с.
5. Федорченко В. К. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні / за ред. В.К. Федорченка. К.: Юрінком-Інтер, 2002. 640 с.
6. Щепанський Е. В. Методологічна сутність і класифікаційні ознаки туризму. Державне будівництво. 2010. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/DeBu_2010_1_23.pdf.
7. United Nations World Tourism Organization. Repository of National Tourism Master and Marketing Plans – Update: May 2015 / United Nations World Tourism Organization // UNWTO. 2015. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416783>.
8. Державна прикордонна служба України. URL: <https://dpsu.gov.ua>.
9. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
10. Романова А. А., Щепанський Е. В. Районування як інструмент ефективного стратегічного управління розвитком туристичної індустрії країни. Університетські наукові записки. 2018. № 1. С. 200-213.

Romanova A.A.

METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE DEVELOPING OF A TOURISM STRATEGY OF UKRAINE

On March 16, 2017, the Cabinet of Ministers of Ukraine approved the state Tourism and resorts development strategy of Ukraine (2017-2026). This can be considered a positive step in the development of the state policy of tourism development. But if we analyze the approved strategy and the status of its implementation, one can find several shortcomings, which at the primary institutional level hinder the development of the tourism industry of the country.

The thorough analysis of the current state tourism development strategy of Ukraine has been provided in the article. The main shortcomings of the official state tourism and resorts development strategy of Ukraine (2017-2026) have been presented and characterized, namely: lack of mission and vision; the object is not specified in the aim; a thorough analysis of the current situation in the domestic tourism industry has not been conducted; methodologically incorrect division in directions; the absence of such an important direction in the development of the tourism industry such as "competitive level of service and national quality standards"; an incorrect application of terms and definitions; the absence of targeting the desired target audience of tourists; an absence of a plan of spatial zoning of the domestic tourist industry; lack of clear marketing plan; lack of an anti-crisis plan for improving the tourist image of Ukraine; blurriness of the timing of the strategy implementation and lack of intermediate performance criteria; the imperfection of the tools for the results monitoring. The proposals on elimination of the drawbacks of the tourism strategy of Ukraine have been submitted.

The most favorable structure for the development of the tourist industry of Ukraine has been determined. The methodological recommendations for improving the country's tourism strategy have been given.

Key words: tourism development strategy, international tourism, tourism industry, destination marketing.

УДК 330.56

Філяк М.С.

кандидат економічних наук, докторант
Львівського університету бізнесу і права

УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДУ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ

Стаття представляє серію дискурсів, які представляють собою критику підходів із залученням до участі до стратегічного планування розвитку поселень. Визначено типові недоліки стратегій розвитку нових об'єднаних територіальних громад. Автор пропонує шляхи покращення описаних недоліків для використання у програмно-орієнтованому підході до управління розвитком поселень і територій. Автор уточнює окремі методичні рекомендації до покращення стратегічного планування у таких громадах.

Ключові слова: програмно-орієнтований підхід (ПОП), ініціативна група, ОРМ, стратегія, об'єднана територіальна громада, маркер сталого розвитку.

Статья представляет серию дискурсов, которые являются критикой подходов развития с привлечением к участию в стратегическое планирование развития поселений. Определены типичные недостатки стратегий развития новых объединенных территориальных общин. Автор предлагает пути улучшения описанных недостатков для использования в программно-ориентированном подходе к управлению развитием поселений и территорий. Автор уточняет отдельные методические рекомендации к улучшению стратегического планирования в таких общинах.

Ключевые слова: программно-ориентированный подход (ПОП), инициативная группа, ОРМ, стратегия, объединенная территориальная община, маркер устойчивого развития.

Постановка проблеми. Підхід на базі орієнтованого на результат менеджменту (ОРМ) при роботі з ініціативними групами в сфері розвитку поселень відштовхується від постулату про те, що люди здатні самі змінити своє життя. Однак, досвід застосування методики з територіальними громадами в Україні показав неоднозначні результати, критика яких корисна для удосконалення загального підходу до стратегічного планування розвитку поселень.

Мета дослідження: В дослідженні передбачається розглянути критику підходів залучення до участі у рамках процесу стратегічного планування розвитку територіальних громад (ОТГ), зокрема, проаналізувати недоліки стратегій розвитку нових ОТГ та запропонувати шляхи покращення для використання у програмно-орієнтованому підході до управління розвитком поселень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Критика домінуючого підходу місцевої ініціативної групи та методу розвитку в рамках програмно-орієнтованого підходу відштовхується від ступеня корисності результатів аналізу (англ. Community mapping), в тому числі з використанням інструментів «карти і схеми громади». У деяких громадах в Україні схеми і карти були старанно намальовані і «лягли на полицю». Була виявлена старанність, але брак розуміння привів до низької корисності цих зусиль. Насправді ініціативна група хотіла показати зовнішньому експерту свою старанність, щоб потім, в перспективі, експерт продовжив відвідання громади і, можливо, порадив щодо рішення про грантове фінансування громади.

Інші ініціативні групи малюють мало схем, але з них чітко виділяють пріоритети. Часто це робиться без особливого врахування думки всіх груп, в рамках динамічного процесу, з елементами суперечки між центрами впливу і лідерами. У більшості випадків такі громади (групи) можуть швидше згенерувати продуктивні ідеї для малих проектів або своїх ініціатив, спрямованих на поліпшення рівня життя, хоча ризик їх підтримки трохи вище, ніж підтримка рутинної діяльності першої групи.

В цілому, було помічено [1], що патерналістично налаштовані громади не тяжіють до аналітики і очікують більш директивного зовнішнього менеджменту, хоча також хочуть, щоб їхня думка була вивчена і врахована в процесі прийняття керівних рішень. Вони не звикли самі керувати, а відсоток лідерів серед них вкрай низький. Мало хто з місцевих жителів згоден виступити в ролі аналітика в таких групах офіційно і відкрито. Ймовірно, ключем до розуміння відмінностей в реакції таких громад

на програмне втручання є ментальність представників їх ініціативних груп.

Аналіз стратегічних планів окремих ОТГ. Практичну картину удосконалень щодо приведення стратегій в робоче стан можна спостерігати нижче. Наведемо приклад аналізу стратегії ОТГ, яка була складена на першому році роботи цієї нової ОТГ з центральним офісом, який є в селищі міського типу. Стратегія являє собою базовий, формальний документ для початку процесів розвитку на тлі загальної невизначеності в ході реформи децентралізації в майбутні роки. Вимагала корекції і доопрацювання, що було проведено через три роки після складання першої версії стратегії.

Як можна спостерігати за результатами аналізу першої стратегії, вона дуже потребувала об'єктивних, збалансованих інструментах програмно-орієнтованого підходу до управління розвитком поселень. Майже всі системи були приведені до стандарту в результаті глибокого доопрацювання стратегії.

Як можна спостерігати за результатами аналізу другої стратегії, вона могла б бути кращою, якби у неї на початку були включені інструменти ПОП. Після їх інтеграції шляхом глибокого доопрацювання стратегія стала відповідною потребам поточного періоду її реалізації.

Рекомендації для експертів за методикою складання стратегічних планів поселення і планів впровадження стратегічного плану поселення

Коли розробляється стратегічний продукт (план) для громади, то громада ж повинна розуміти, як його використовувати. На практиці громада не захоче сприймати занадто складних, абстрактних конструкцій – навпаки, вони повинні бути зрозумілими і практичними. Разом з тим, при розробці стратегії потрібно передбачити принаймні одне навчальний захід з впровадження стратегії в громаді і щодо практичного використання створеного стратегічного документа.

Цікаво, але сумнівно на практиці виглядає інструмент впровадження стратегії в ОТГ шляхом реалізації проектів від розрізнених груп у громаді, які знайшли в собі сили на формулювання проектних концептів. У цьому випадку експерт отримує ситуацію, коли багато розрізнених проектів потрібно інтегрувати в пріоритети стратегії, і тому цілі пріоритетів розмиваються, але головне – зникає логічна послідовність, яка веде до кумулятивного ефекту і якого-небудь зміни ситуації в громаді на якісно кращу, тому що часто дрібні запропоновані проекти між собою не пов'язані, не координовані, дублюють функції, недофінансовуються.

Таблиця 1

Аналіз недоліків стратегії ОТГ, розробленої у 2014 р.

Розділ стратегії	Критичне зауваження щодо стану в документі	Рекомендації щодо виправлення до робочого стану
1	2	3
Фінансовий план	Немає частини з управління власним бюджетом і залученню коштів	Розробити план фандрейзингу (залучення коштів для реалізації стратегії розвитку)
План впровадження	Немає плану розвитку, тому що на момент складання стратегії не було механізмів у т.ч. фінансування розвитку.	Додати план реалізації стратегії на 3 роки, що є частиною ПОП
Базовий аналіз статистики	Стратегія писалася під час, коли статистичні дані по ОТГ були малодоступні (дані збиралися на рівні поселення і на рівні району, але не ОТГ).	Розробити механізм інтеграції статистичних даних поселень в статистику по ОТГ.
Аналіз соціально-економічного розвитку	Обмежений інструментарій аналізу: є, наприклад, результати анкетування для пріоритезації розвитку, але немає ніяких подальших документів по впровадженню.	Обов'язковим кроком у стратегічному плануванні ОТГ передбачати складання плану реалізації стратегії та механізму його впровадження.
Фінансовий план	У фінансовому плані немає цифр на багато які цілі.	У подальшому у плані передбачати фінансування кожної цілі та визначати реалістичні джерела отримання коштів.
Фінансовий план	За логікою витрат видно, що планування здійснюється на перший рік для вирішення термінових справ і на другий рік на деяку перспективу, а довгострокові питання розтягуються на третій рік. Це свідчить про відсутність досвіду планування розвитку громади на понад 3 роки.	Фінансування співвідносити із сценарним плануванням, використаним у даній стратегії. Таким чином, визначати реалістичні рамки реалізації.
Фінансовий план	У фінансовому плані відсутня пріоритезація витрат, першочерговість, та описи джерел коштів для реалізації завдань стратегії. Немає згадки середньої ланки менеджменту громади і методів реалізації фінансових планів на цьому рівні.	Аналіз соціально-економічного розвитку повинен включати розділ з рейтингом пріоритетності потреб. Додати до стратегічного пакету план організаційного розвитку органів управління.
Моніторинг та оцінка реалізації стратегії	Про моніторинг вказано дуже коротко, а практичний механізм не прописаний, (лише посилання на законодавство). Це дуже базовий варіант плану моніторингу стратегії для громади, яка щойно об'єдналася.	Включити детальний план моніторингу та оцінки, що є частиною ПОП.
Аналіз соціально-економічної ситуації	Описова частина далека від аналізу, тобто цифри не трактуються. Також на них немає посилань в тексті стратегії. Описова частина в т.ч. включає ситуативні елементи, відходження від викладу в сторону. Аналіз не супроводжується прогнозом, використано не актуальні цифри. У самій стратегії є просте сценарне планування, але для прогнозу взято макроекономічні показники, типу «Продуктивність праці», а ніяк не більш потрібні: рівень чистого доходу, частина доходів від МСБ в структурі бюджету, частина малозабезпечених і т.д.	Структурувати аналіз у відповідності до ключових питань та цілей стратегії. Використати більш сучасні показники, які придатні для аналізу рівня ОТГ, а не області чи національного рівня. Експерт повинен перевіряти показники стратегії на релевантність.
Аналіз типу SWOT	SWOT зроблений, але слабо трактований. Таке враження, що трактування робили в останній момент. Немає об'єктивності, охоплення. Ризики визначено, але не трактовано взагалі.	Включити у цей аналіз рекомендації щодо протидії та компенсації, а також контролювати адекватність вказаних у кожному квадранті факторів.
Опитування громадської думки в ОТГ	Є окремі результати анкетування мешканців без трактування і без встановлення причин такої думки.	Трактувати опитування громадської думки та інтегрувати його у цикл планування. Включати також опитування підприємців.

Закінчення таблиці 1

1	2	3
Ієрархія цілей	Ієрархія цілей відсутня. Немає логічної структури. Описані, але не згруповані під-цілі у стандартному форматі, без пояснення вибору формату та обґрунтування вибору під-цілей.	Використовувати шаблонне дерево цілей (є частиною ПОП), що базується на аналітичній частині стратегії.
Фінансовий план	Стратегія допускає, що засобами для її реалізації будуть ресурси міжнародних донорів, а ніяк не свої ресурси, не гроші держбюджету, не додаткові кошти інвесторів і т.д.	Скласти адекватний фінансовий план та план залучення коштів (є частиною ПОП) та інтегрувати у стратегію.
Впровадження стратегії	Відсутній опис практично діючого механізму виконання стратегії на рівні середньої ланки. Присутній, навпаки, механізм «постійно діючого погодження» у ручному режимі, без механізмів ОРМ.	Використати шаблонний план реалізації стратегії, а також ланцюги результатів ОРМ (є частиною ПОП)
Механізм впровадження.	Наведена дуже проста структура органу управління з найменуваннями окремих штатних одиниць, і вказано, що план реалізації до 2020 року повинен бути розроблений в майбутньому. Структура не ієрархізована, немає боксів і стрілок. Однак, для різноманіття додано фото громади.	Рекомендується при наявності ресурсів долучати до стратегії також шаблонний план організаційного розвитку органів управління ОТГ (є частиною ПОП).
Проектні ідеї.	Описано основні проекти і програми у форматі короткої таблиці, але немає деталізації: за які кошти, відповідальні, аргументація вибору саме цього проекту, процедура його відбору. Це початкова версія, яку потрібно переглядати щороку і яка зазвичай знаходиться у операційній частині стратегічного документу для легкості коригування.	Використати шаблон опису проектної ідеї, що подавати у таблиці відповідності та у поєднанні зі операційними цілями стратегії (є частиною ПОП).

Таблиця 2

Аналіз недоліків стратегії ОТГ, розробленої у 2015 р.

Розділ стратегії	Критичне зауваження щодо стану в документі	Рекомендації щодо виправлення до робочого стану
Зміст та послідовність	Форматування документу не послідовне, імідж документу ближчий до недорогого рекламного бюлетеня.	Використати шаблонну послідовність стратегічного документу (шаблон та зміст є частиною ПОП)
Зміст та послідовність	Текст не вичитано, документ не вичищений від зайвого тексту, не структурований в логічну презентацію, багато зайвих елементів описового та ілюстративного характеру.	Експерт повинен контролювати логічну цільність та послідовність документу відповідно до шаблону.
Аналіз соціально-економічної ситуації	На початку стратегічного документа знаходяться вирізки з публіцистики, а не статистика. Далі огляд громади присутній, але він не структурований, присутні декларативні твердження, фото громади.	Включити у стратегію типовий аналіз соціально-економічного розвитку (шаблон є частиною ПОП).
Аналіз типу SWOT	SWOT складено нетипово і взагалі без трактування, написано дуже багато тексту.	СВОТ вимагає доопрацювання в частинах: співвідношень, висновків, структури для формування напрямів.
Ієрархія цілей	Програмно-цільова структура присутня, але немає чіткості і розкидано по тексті замість логічності та інтегрованості.	Використати типове дерево цілей та типову методику його побудови.
Впровадження стратегії	Наведено загальні описові твердження, але відсутній опис реальних інструментів впровадження.	Включити до складу документу шаблонний план реалізації.

Якщо все ж застосовується підхід, коли в рамках стратегії формуються секторні програми розвитку, і в рамках програм інтегруються окремі тематичні проекти, то потрібно стежити за тим, щоб реалізовані проекти: 1) через 1-2 роки продовжували бути життєздатними, 2) реально принесли користь програмі, а не були формальністю, 3) були б доповненням до інших зусиль програм для перекладу ситуації в цілому по даному напрямку в кращу якість. Для третього пункту рекомендується створити і запустити в роботу механізми: а) моніторингу виконання кожного з проектів кожної програми б) оцінки впливу кожного з проектів кожної програми на зміну ситуації у відповідності зі стратегічними цілями громади, поселення, території.

У плануванні впровадження навіть на обласному рівні часто не йдуть далі, ніж: 1) опис програм по секторальних напрямів, 2) опис проектів відповідно до пріоритетів кожної з програм, 3) опис загальних бюджетів кожного з проектів. Далі, рекомендується доповнити наступним: 1) як і хто конкретно виконує проекти, з ким і коли координує свою діяльність, 2) як і хто залучає кошти для виконання проектів, 3) як і хто вимірює успіхи проектів та прогрес Програми в цілому як результат прогресу за цими проектами в її складі. Тут експертові рекомендується працювати на рівні практики, описати реальні механізми впровадження.

У планах впровадження є розділ «Опис ризиків». Їх часто в стратегіях просто констатують, однак, не вказують ані ймовірність настання ризику, ані силу ймовірних наслідків, ані заходів щодо припинення дії чи щодо попередження появи ризикованої ситуації. Іноді до нього додають «рекомендації» як набір загальних тверджень. Але реальним керівникам відділів, департаментів будь-якої адміністрації ці слова не дають керівництво до дії, а також не допомагають при плануванні свій дій в руслі стратегії. Тому необхідно хоча б графічно (блоками і стрілками) показати описану взаємозв'язок або ж, що краще, – розробити реальні механізми протидії описаним ризикам.

Схожа ситуація спостерігається і з показниками успішності реалізації стратегії [3]. Вони в кращому випадку просто вказані як фрази, але немає більш детального опису – ані базового рівня, ані цільових цифр, ані чіткого формулювання методу підрахунку показника, ані його формули. Типова таблиця моніторингу допоможе поліпшити ситуацію.

Якщо використовується підхід на підставі «отримати інформацію від усіх, кому схочеться її надавати» в громаді, то ми можемо провести загальне опитування думок, щоб побачити,

наскільки ключові інформанти хочуть впливати на процес планування. Експертові вигідніше отримати дані від ключових інформантів. Орієнтуйтеся на адекватних інформантів: не довіряйте думці тих, ким дуже просто маніпулювати.

В цілому, опитування може показати наявність внутрішніх угруповань або територіальних анклавів, тому в випадку ОТГ варто приділити увагу такій операційній цілі стратегії як єднання, згуртованість різних колишніх сільських рад і їх співпраці, а також гармонізованому розвитку територій та розподілу ресурсів для забезпечення задоволеності розвитком різних сторін у громаді.

В інструментарії збору ідей проектів рекомендується планово, структурно підходити навіть до питання обговорення потенційних проектів [4]. Якщо всім зацікавленим сторонам надати повну свободу в написанні проектних ідей, то складеться багато проектів, часто нереалістичних до виконання, дійсно потрібних (але не необхідних), а іноді і необхідних, але нереальних для фінансування, – і всі вони встануть в довгу чергу для подачі в державні фонди фінансування соціальних ініціатив. Соціальні об'єкти в ОТГ все одно хочуть оновлення та збереження, а то і примноження своїх ресурсів, в т.ч. нових штатних одиниць. Ось експерт пообіцяє розглянути ідею, наприклад, про проект «бібліотеки майбутнього» – і між авторами проекту бібліотеки і головою ОТГ ми отримаємо непрості відносини через 3 роки в разі, якщо проект все ще не підтриманий або не виконаний. Тому рекомендується ідеї проектів збирати дуже обережно та не давати жодних обіцянок щодо їх підтримки.

Іноді буває, що ініціативна група з планування розвитку формується лише з тих людей, які очікують отримати кошти під свій проект. Отримавши кошти, ці особи залишають групу. Не отримавши кошти і зневірившись у конкретних перспективах отримати їх, вони також залишають групу, тому рекомендується дуже ретельно підходити до формування групи з позиції реальних мотивацій її членів і наслідків їх роботи.

При складанні сценарного аналізу для стратегії зазвичай роблять два або три блоки, в якому фактори або позитивні, або нейтральні – наприклад, якщо йде мова про два сценарії – інерційний і модернізаційний. Але чинники, наприклад, в позитивному сценарії можуть і не проявити себе повністю, так як і не можна допускати ситуацію, якщо обирається інерційний сценарій, що все його фактори проявляються, і не можна використовувати навіть елементи модернізаційного сценарію. Якщо

йде мова про стратегію, яка повинна в громаді щось покращувати, то експерту просто необхідно дивитися на фактори «розвиткового» сценарію, навіть якщо громада чомусь прийшла до висновку про те, що рух йде за інерційним сценарієм.

У кожному описі відповідного сценарію присутні фактори, які впливають на формування даного чинника [5], і сам цей фактор-опис також на щось в розвитку громади впливає, а на щось не впливає або впливає несуттєво. Тому необхідно враховувати на базі сформованих сценаріїв (як правило, трьох) швидше комплексну картину або «патерн» (англ. pattern) розвитку, а не якусь одну жорстку, вигадану послідовність. Для цього необхідно критично аналізувати елементи кожного з сценаріїв і скласти швидше «перехресний набір» чинників, а не чіткий сценарій. Крім того, особливу увагу необхідно приділяти стійкості ініціативної групи, силі керуючих структур громади (ОТГ) і реальній можливості впровадження обраної стратегії виходячи з того, хто і як хоче і буде впроваджувати написаний стратегічний документ.

Висновки з проведеного дослідження.

Істотним фактором при виборі методики інтервенції і в т.ч. заходів залучення бенефіціарів в рамках програмно-орієнтованого підходу в управлінні розвитком поселень є результати аналізу ментальності ініціативної групи громади і ступінь наповненості керуючих груп стійкими лідерами. При домінуванні в місцевому соціумі переважно розвиваючих життєвих установок підхід буде один, а при домінуючих деструктивних установках – підхід буде відрізнятися, в основному набором використовуваних інструментів. Крім того, в цьому аналізі

варто враховувати історичне минуле громади, щоб зробити висновок щодо можливості прояви розвиваючих або деструктивних підходів виходячи з поведінкових ситуацій, в які можуть бути виявлені групою на зустрічі з експертом з планування розвитку поселення.

В процесі діалогу експертів-стратегу рекомендується почути не тільки себе, але і громаду: чи хоче вона насправді інвестицій зовнішнього капіталу? Які цілі розвитку взагалі бачаться в громаді? Можливо, поточний інерційний сценарій подобається громаді і немає необхідності суттєвих змін? Які саме фактори турбують громаду? Яка головна мета складання стратегії в цій громаді? Незважаючи на те, що громади можуть обмежувати себе у виборі широти і спектра завдань стратегії, експертові рекомендується включати в ієрархію цілей як економічні, так і соціальні завдання, а також цілі з питань природного середовища. Крім того, в стратегії необхідно прописувати інституційну складову: хто і як буде впроваджувати стратегію. Якщо деякі з цих завдань не є пріоритетними, то все одно враховувати їх як базові, тобто в стратегії необхідний блок заходів по «базовій підтримки» другорядних з розвитку, але потрібних для громади напрямів.

Польовому експертові з розробки стратегії ОТГ рекомендується також включити в стратегію показники або маркери в сфері сталого розвитку територій як індикатори правильності стратегічного розвитку. У плануванні експерту рекомендується використовувати здоровий глузд і віддавати перевагу малим, але надійним крокам, замість масштабних, але ризикованих ініціатив.

Список використаних джерел:

1. Завадовська Ю.Ю. Практична оцінка залишків сталості щодо адаптації вимушених мігрантів у приймаючих громадах. Потенціал економіки країни: сучасний стан, розвиток та управління: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 17-18 червня 2016 року) / ГО «Львівська економічна фундація». У 2-х частинах. Львів: ЛЕФ, 2016. Ч. 2. С. 36-39.
2. Початковий зріз ситуації у громадах-партнерах проекту. Робочі матеріали проекту «Інтеграція ВПО у громадах України». Міжнародна організація з міграції, 2015.
3. Основи стійкого розвитку. Навчальний посібник. Суми: Університетська книга, 2002. 654 с.
4. Про схвалення Стратегії підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання державного сектору економіки: розпорядження Кабінету Міністрів України від 27 травня 2015 р. № 662-р. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/662-2015-%D1%80>
5. Завадовська Ю. Ю. Показник «Індекс розвитку змішаної ініціативної групи» як інструмент оцінки прогресу інтеграції ВПО у приймаючі громади. Наукові економічні дослідження: теорії та пропозиції: збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 1-2 липня 2016 року) / Східноукраїнський інститут економіки та управління. Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2016. С. 48-50.

Filyak M.S.

IMPROVING THE APPROACH TO IMPLEMENTATION OF DEVELOPMENT STRATEGIES IN THE UNITED TERRITORIAL COMMUNITIES

The article presents a series of discourses that represent criticisms of participatory approaches in strategic planning of settlement development. The typical shortcomings of the strategies of development of new united territorial communities are identified. The author suggests ways to improve the described shortcomings for use in the program-oriented approach to managing the development of settlements and territories. The author specifies individual methodological recommendations for improving strategic planning in such communities.

According to the author, an essential factor in choosing the intervention technique and including the measures of beneficiaries' involvement in the program-oriented approach in the management of settlement development are the results of the analysis of the mentality of the initiative group of the community and the level of presence of steady leaders in groups management. Given the domination of development-oriented motivations in the local society, the approach will be shifted in one way, but with dominant destructive motivations instead – the approach will be quite different, by a set of tools used. In addition, this analysis should consider the historical past of the community in order to conclude on the possibility of manifestation of either developmental or destructive approaches based on the behavioral situations that can be identified during the group work with the expert in the course of planning and strategizing work for the development of the settlement.

A field expert on strategy development of the united territorial community is also recommended to include in the strategy indicators or markers in the area of sustainable development to measure the correctness of strategic development pathways of this community.

Key words: program-oriented approach (POA), initiative group, RBM, strategy, united territorial community, sustainable development marker.

УДК 330.3

Фісуненко Н.О.

аспірант кафедри міжнародних економічних відносин,
Університету митної справи та фінансів

СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ БУДІВНИЦТВО

Статтю присвячено проведенню аналізу галузі будівництво та основним напрямкам розвитку підприємств цієї галузі. Запропоновано визначити вагомі компоненти та послідовність дослідження галузі. Проаналізовано макроекономічний стан галузі. Досліджено кількість та основні напрями діяльності будівельних підприємств, їх фінансовий стан, рівень рентабельності. Розглянуто важливі показники результатів виробничої діяльності, результати інвестиційної діяльності та стан кадрового потенціалу за 2007–2016 роки. Досліджено основні проблеми розвитку галузі будівництво з огляду на забезпечення їх інвестиційними ресурсами та встановлено основні проблеми, що перешкоджають розвитку галузі будівництво та підприємствам будівельної сфери в Україні.

Ключові слова: галузь, будівництво, аналіз, стан, розвиток, ресурси, результати, ефективність, прибутковість.

Статья посвящена проведению анализа отрасли строительство и основным направлениям развития предприятий отрасли. Предложено определить компоненты и последовательность исследования отрасли. Проанализировано макроекономическое состояние отрасли. Исследовано количество и основные направления деятельности строительных предприятий, их финансовое состояние, уровень рентабельности. Рассмотрены важные показатели результатов производственной деятельности, результаты инвестиционной деятельности и состояние кадрового потенциала за 2007–2016 годы. Исследованы основные проблемы развития отрасли строительство с точки зрения обеспечения их инвестиционными ресурсами и определены основные проблемы, препятствующие развитию отрасли строительство и предприятиям строительной сферы в Украине.

Ключевые слова: отрасль, строительство, анализ, состояние, развитие, ресурсы, результаты, эффективность, прибыльность.

Постановка проблеми. Залучення інвестиційних ресурсів у розвиток національної економіки є першочерговим питанням сьогодення, адже вони та активність інвестиційної діяльності в країні є базовим чинником розвитку усіх сфер економіки та, особливо, капіталомістких, якою є галузь будівництво. Галузь будівництво є однією із провідних та найважливіших із видів економічної діяльності в Україні. Розвиток будівельної галузі неминуче викликає економічне зростання у країні та розв'язання багатьох соціальних проблем. Це пов'язано з тим, що будівельна галузь в Україні створює велику кількість робочих місць і використовує продукцію всіх галузей національного господарства.

На сучасному етапі досить складно говорити про будь-яку конкурентоспроможність цієї галузі. Щоб окреслити коло проблем, з якими зіштовхується галузь будівництво, та розробити пропозиції щодо їх розв'язання, необхідно зробити загальне дослідження стану галузі. Подолання проблеми потребує не лише розуміння сьогодношньої ситуації, а й об'єктивної оцінки результатів тих процесів, що відбувалися протягом останніх років. Усе це обумовило вибір теми статті, розкриває її актуальність та визначає загальну мету наукової роботи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про те, що вагомий науково-практичний внесок у вирішення окремих проблемних аспектів стану галузі будівництво та діяльності та розвитку її підприємств зробили такі науковці (економісти), як Б. Г. Сенів, Ж. Крисько, І. В. Гужавіна, К. А. Мамонов, М. С. Татар, Н. С. Бушуєва, О.І. Угоднікова та ін.

Так, науковці К.А. Мамонов та О.І. Угоднікова [1, с. 312; 2, с. 5-6] стверджують, що дослідження галузі неможливе без аналізу показників діяльності будівельних підприємств, які розглядаються як сукупність економічних, інвестиційних та інтелектуальних потенціалів підприємства, формування й використання яких забезпечується на основі інвестування в основний, оборотний та людський капітал для отримання економічного ефекту та досягнення їх стратегічних цілей.

При цьому М.С. Татар [3, с. 83-84] зазначає, що дослідження галузі повинно враховувати такі компоненти, як виробничі, фінансові, інвестиційні і трудові ресурси та фактори впливу зовнішнього та внутрішнього середовища, де:

1) фактори зовнішнього середовища, які складаються з факторів непрямой дії (політико-правові, макроекономічні, інноваційні, соціально-економічні, демографічні, екологічні, психологічні та культурологічні) та факторів прямої дії (ринково-галузеві, соціологічні, психологічні і культурологічні);

2) фактори внутрішнього середовища (структурно-організаційні, ресурсні, техніко-технологічні, управлінські, фінансово-економічні, соціологічні, психологічні і культурологічні).

Однак, як свідчить аналіз літературних джерел та діюча практика ведення бізнесу в Україні, недостатньо уваги приділено проблемам розвитку діяльності підприємств в галузі будівництво.

Метою дослідження є проведення аналізу галузі будівництво, тобто діяльності її підприємств та визначення проблем розвитку з огляду на забезпечення їх інвестиційними ресурсами.

Виклад основного матеріалу дослідження.

На основі результатів аналізу наукових праць, встановлено, що для початку дослідження стану галузі будівництво та перспектив її розвитку, необхідно визначити вагомні компоненти (послідовність дослідження) галузі, за якими можна зробити висновки щодо її стану та перспектив розвитку.

На думку автора, дослідження галузі будівництво повинно складатися з структурних блоків, завдяки яким можливо простежити не лише за діяльністю підприємств, але і проаналізувати її стан взагалі. Тому, послідовність дослідження галузі має забезпечити відповідність системи управління цілям і завданням, а саме:

- макроекономічний стан галузі;
- фінансовий стан;
- результати виробничої діяльності;
- кадрові аспекти;
- результати інвестиційної діяльності.

1) Макроекономічний стан галузі. Стан будівельної галузі та перспективи її розвитку визначаються загальним станом економіки України. Як відомо, економічне зростання країни оцінюється приростом валового внутрішнього продукту (ВВП) і обумовлюється його позитивною динамікою. Внесок галузі у загальний ВВП країни, як основний економічний показник діяльності галузі на тлі економічного розвитку країни, свідчить про її вагомність та розвиток.

Будівельна галузь однією з перших відчула на собі наслідки фінансової кризи (2007-2008 роки) і тому розмір ВВП, створюваний галуззю, у 2009 році знизився (рис. 1). Така негативна динаміка розпочалася у 2009 році, але поступово абсолютний показник почав зростати. Що ж стосується відносного показника частки галузі будівництво у ВВП України, то після 2009 року він також поступово знижується, та у період 2015-2016 років становить 9,5 %, а в абсолютному показнику дорівнює 226025 млн. грн. Але при цьому ВВП України загалом за період з 2007 по 2017 роки має позитивну динаміку.

Отже, результати дослідження свідчать, що починаючи з 2007 року ВВП України (за винят-

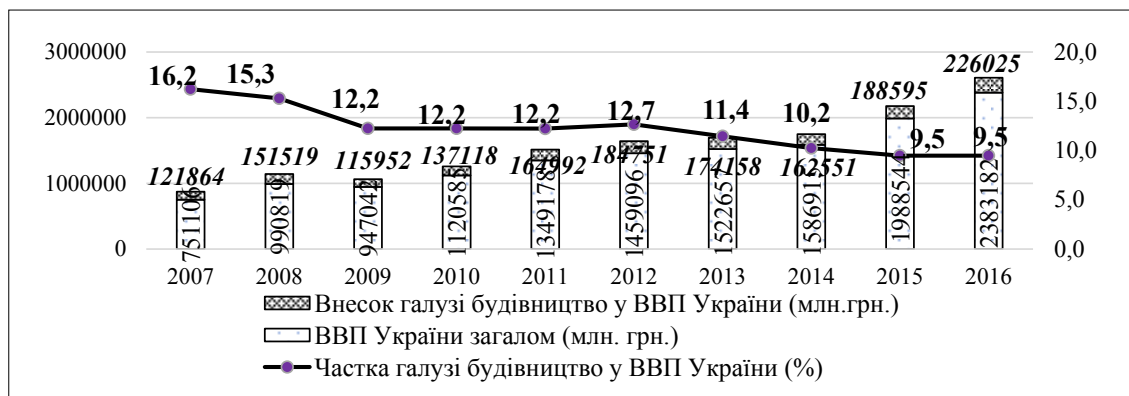


Рис. 1. Обсяги ВВП України та частка галузі будівництво в ВВП України за період з 2007 по 2016 рр. [4]

ком 2009 року) поступово збільшувався, внесок галузі у ВВП країни в абсолютному вимірі також має позитивну динаміку, але показник частки галузі будівництво у ВВП України (у %) вказує, що темп розвитку галузі сповільнюється, а у період 2012-2016 роки зменшується.

2) Фінансовий стан. Досліджуючи стан галузі будівництво, звернемо увагу на загальну кількість будівельних підприємств країни. Станом на 1 січня 2017 року зареєстровано 53087 тис. одиниць, з них великі та середні 36 тисяч одиниць, це лише 6,8 % від загальної кількості суб'єктів господарювання. Станом на 1 січня 2007 року їх кількість була 76534 тис. одиниць, відбулося поступове зменшення підприємств на 23452 тис. одиниць, що у відсотках становить 30,6 %. Найбільша кількість підприємств працювало в галузі у 2010 році, а саме 91457 тис. одиниць [4]. Дане зниження відбулося, в першу чергу, внаслідок ведення АТО і тимчасової окупації частини території східних регіонів, де здебільшого розміщувались великі промислові, будівельні підприємства, та впливу загально-економічної кризи, що лише посилилась у зв'язку з подіями воєнного характеру та тимчасової окупації Криму.

Згідно рейтингу забудовників житла в Україні, за даними журналу "Forbes Україна", на кінець 2016 року виділено найбільші компанії країни, які є основою української економіки. Фахівці журналу оцінили не тільки обсяг їх виторгу, а й фінансові результати компаній, розмір активів та їх поточну оціночну вартість. В результаті виділені найбільші забудовники, а саме: Київміськбуд, Компанія «Інтеграл-Буд», «ДБК-Житлобуд», Укрбуд, UDP, Група «АВЕК», Житлоінвестбуд – УБК, Альтис Холдінг, Корпорація «Познякижитлобуд», Компанія «РІЕЛ» [5].

Даним дослідженням встановлено, що кількість суб'єктів господарювання впливає на формування попиту та пропозиції на ринку інвести-

ційних ресурсів, так як крупні підприємства, які створюють корпорації, і є одночасно як споживачами, так і виробниками ресурсів на ринку.

Рівень розвитку та формування перспективи галузі будівництво, у першу чергу, характеризуються фінансовим станом підприємств. В свою чергу, аналіз фінансового стану дає можливість виявити потенційні можливості та загрози, що створюються на шляху розвитку підприємств галузі будівництво та визначають наявність чи відсутність власних інвестиційних ресурсів та необхідність їх залучення.

Статистичні дані про діяльність суб'єктів господарювання в галузі будівництво в період з 2007 по 2010 роки об'єднані по сферах економічної діяльності: «будівництво будівель і споруд», «установлення інженерного устаткування будівель та споруд», «роботи з завершення будівництва» та інші, але починаючи з 2013 роки їх почали розділяти згідно КВЕД – 2010 по напрямкам (сферам) діяльності «будівництво будівель», «будівництво споруд», «спеціалізовані будівельні роботи», тому дослідження проводиться починаючи з 2010 року.

Так, за весь досліджуваний період, починаючи з 2010 по 2016 роки, в галузі будівництво підприємства працювали збитково, на виняток підприємств, які виконують «спеціалізовані будівельні роботи».

В період 2010–2012 рр. спостерігалось зниження обсягів збитків (у 2012 році – -1012,7 млн грн.), у 2013 – 2014 роках відбулось зростання обсягів збитків, у 2014 році збитковість досягає найбільших показників [4]. Що стосується 2016 року, то підприємства також працювали збитково, але у порівнянні з 2015-2014 роками ситуація змінилась в позитивному напрямку. Це стосується особливо компаній, які виконують «спеціалізовані будівельні роботи», які отримали прибуток, але у порівнянні з 2015 роком він зменшився.

Отже, аналізом фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування встановлено, що у 2015 році фінансовий результат становив -25074,1 млн грн. збитку, що у 5,7 рази більше, ніж у 2010 році (- 4418,2 млн. грн.) збитку. За 2010-2016 роки фінансовий підсумок підприємств з будівництва будівель був негативним (рис. 2).

Крім цього, варто відмітити (рис. 3), що протягом 2007-2016 рр. в середньому 39,1% підприємств галузі працювали збитково та отримали 10553,0 млн. грн. збитків у 2016 році, у 2015 році збитки становили 30739,3 млн грн. Однак, частка підприємств галузі будівництва в країні, які одержали збиток у 2016 році, порівняно з 2010 роком, знизилась на 16,9 %, але сума збитків зросла у 3,25 разів.

Отже, дослідженням встановлено, що не зважаючи на те, що збиток підприємств в галузі будівництво зменшився, фінансовий результат залишається від'ємним. Враховуючи зазначене, наголосимо, що фінансовий стан, з однієї сторони, є результатом діяльності підприємства як

суб'єкта господарювання, а з іншої – утворює його «подальший поточний стан» та визначає необхідність у інвестиційних ресурсах.

Головною проблемою розвитку галузі будівництво залишається збільшення собівартості робіт через подорожчання основних складових будівництва. З метою підтримки рівня рентабельності будівельні компанії вимушені збільшувати вартість робіт та послуг, що в результаті негативно впливало на динаміку попиту з боку замовників (інвесторів). Збитковість будівництва зменшує його інвестиційну привабливість.

3) Результати виробничої діяльності. Важливими показниками, за яким можна зробити висновки щодо результатів виробничої діяльності підприємств галузі будівництво, є індекс обсягів виконаних будівельних робіт та обсяги введених об'єктів в експлуатацію (рис. 4).

Індекс обсягів виконаних будівельних робіт 2007 році становить 115,6%, але на кінець досліджуваного періоду, станом на 2016 рік, цей показник збільшився на 1,8 відсоткових пункти. В проміжку з 2007 по 2016 роки цей

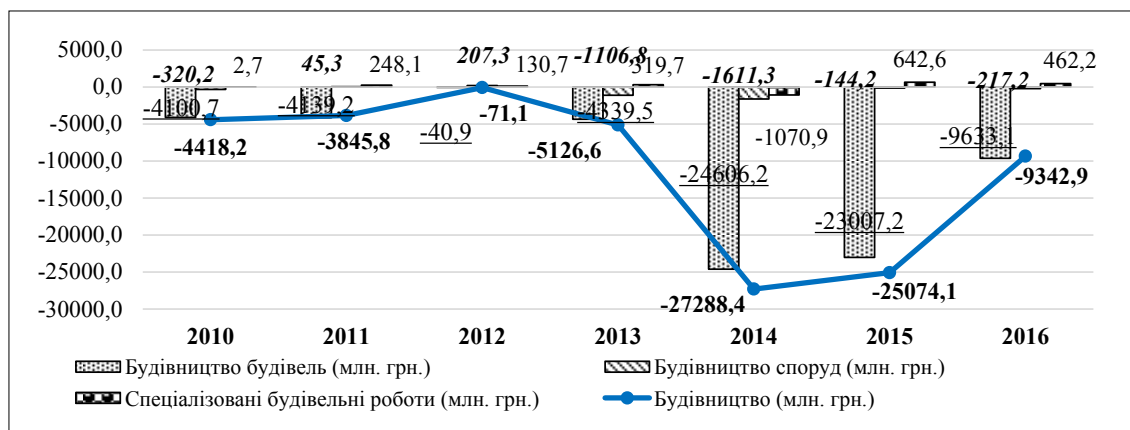


Рис. 2. Динаміка фінансового результату підприємств галузі будівництво України за основними видами діяльності за період 2010-2016 рр. [4]



Рис. 3. Динаміка результатів фінансово-господарської діяльності підприємств галузі будівництво [4]



Рис. 4. Динаміка індексу обсягів виконаних робіт та прийнятого в експлуатацію загальної площі житла у період з 2007-2016 рр. [4]

індекс мав дуже не сприятливу картину, згідно рис. 4 показник має негативну динаміку.

Така сама тенденція відмічається і щодо показника введення в експлуатацію житла. Так у 2016 році у порівнянні з 2007 роком показник знизився на 877 тис. кв. м., що у відсотках становить 8,6 пункти. Найнижчий рівень введення в експлуатацію житла був у 2009 році і становить згідно даних 6400 тис. кв. м., найвищий рівень зафіксовано у 2013 році, в якому було введено в експлуатацію житла 11217 тис. кв. м.

Згідно проведеного дослідження, зафіксовано, що на 1 мешканця України було побудовано в середньому 0,22 кв. м., але необхідно будувати 0,5 – 0,7 кв. м., тобто 7,1 млн. домогосподарств забезпечені житловою площею менше 13,65 кв. м., а 1,7 млн. домогосподарств мають на одну особу 7,5 кв. м. житлової площі. Це свідчить про те, що в українців є попит на житло, тому необхідні інвестиційні ресурси, які забезпечать пропозицію на ринку інвестиційних ресурсів в галузі будівництва.

Досліджуючи обсяг реалізації продукції галузі будівництво в Україні, встановлено, що найбільша частина обсягу належить будівництву будівель (57,2%) і така тенденція зберігається протягом всього досліджуваного періоду. Крім цього, у 2016 р. значну питому вагу в структурі обсягів реалізації будівельної продукції займає будівництво споруд – 24,7%, що ж стосується підприємств, які виконують спеціалізовані будівельні роботи, то їх питома вага в структурі обсягів реалізації будівельної продукції складає лише 18,1% [4].

Досліджуючи динаміку коливань обсягів виробленої продукції за основними видами діяльності у період 2007-2016 рр., зробимо висновки. Обсяги виробленої продукції з будівництва споруд мають позитивну тенденцію зростання. Основними пріоритетними напря-

мами структурної реорганізації промислового будівництва є розширення, реконструкція, перепрофілювання і технічне переоснащення існуючих промислових об'єктів. На жаль, уряд не приділяє достатньої уваги промислового будівництва через підвищення затрат на соціальну сферу, як наслідок – обсяг бюджетних інвестицій у капітальне будівництво різко зменшився.

4) Кадрові аспекти. Діяльності підприємств галузі будівництво неможлива без його працівників, які є одним із визначальних факторів виробництва та забезпечують досягнення його цілей і завдань. Даний напрямок дослідження дозволить розглянути ресурсний потенціал галузі будівництво, а саме трудові ресурси, як фактор внутрішнього середовища для ефективної реалізації стратегічних пріоритетних напрямів їх розвитку (рис. 5).

Так, протягом 2007-2016 рр. наявна чітка тенденція до скорочення кількості зайнятих осіб та найманих працівників в галузі будівництво. Так, у 2016 році порівняно із 2007 роком, чисельність зайнятого населення в галузі знизилась на 36,5%, а скорочення кількості найманих працівників відбулося у 3 рази.

Важливим узагальнюючим показником стану та розвитку галузі будівництво є продуктивність праці, що характеризує ефективність використання ресурсів для виробництва продукції та відображає ступінь ефективності процесу праці (рис. 6).

Отже, продуктивність праці в галузі будівництво має позитивну динаміку. Стрімкий ріст показника розпочався у 2011 році і склав 146,3 млн. грн./тис. осіб, утім до 2014 року він дуже повільно збільшувався. Починаючи з 2015 року відбулося зростання виробітку в 1,4 рази по відношенню до 2014 року. Така позитивна тенденція відзначається і у 2016 році, в

якому показник досяг позначки 334,7 млн. грн./ тис. осіб.

5) Результати інвестиційної діяльності. Не менш важливого значення у процесі аналізу та визначення проблем розвитку галузі будівництво в Україні слід приділити особливостям здійснення інвестиційної діяльності.

На думку науковців Бушуєвої Н. С., Крисько Ж. та Сеніва Б. Г. [6; 7, с. 204; 8, с. 22] економічна суть функціонування будівельної галузі полягає у формуванні і відтворенні основного капіталу. Тобто, об'єкти і суб'єкти галузі будівництво присутні як інфраструктурні елементи майже у всіх галузях національної економіки, адже стійке функціонування будь-якої з них передбачає масштабне виконання необхідних відтворювальних заходів (усі види ремонтів, модернізація, реконструкція). У зв'язку з цим неодмінним елементом аналізу стану галузі будівництво є дослідження процесів інвестування в основний капітал.

Дослідження здійснення інвестиційної діяльності в Україні, а саме в галузі будівництво, необхідно починати з інвестицій в основний капітал, так як до показника включається вкладання інвестицій в капітальне будівництво, реконструкцію та розширення як житлового, так і виробничого фонду країни.

Інвестиційна ситуація за аналізований період відповідала тим тенденціям, які були характерні для економіки країни загалом. Так, згідно із статистичними даними за період

2007-2016 роки (рис. 7), інвестиції в основний капітал зросли в 2 рази з 188,5 млрд. грн. до 326,2 млрд. грн. загалом по країні.

Ситуація по галузі будівництво відповідає загальним тенденціям, за винятком показників 2016 році, що майже однакові з 2015 роком.

Отже, дослідженням встановлено, що загальне скорочення обсягів інвестицій найбільш негативно впливає на галузь, що безпосередньо освоює капітальні вкладення – будівництво. Послідовні ринкові перетворення та певне покращення економічної ситуації в країні забезпечили позитивну динаміку загальних показників будівництва протягом останніх років.

Доцільно також зауважити, що підприємства галузі будівництво в Україні займають значну частку і за обсягом капітальних інвестицій. Так, у 2015 році для розвитку підприємств галузі було скеровано 43464,0 млн. грн. капітальних інвестицій (у 2014 році – 36057,0 млн грн., у 2013 році – 46318 млн грн.) [4].

Дослідження капітальних інвестицій галузі будівництво та питомої ваги прямих іноземних інвестицій залучених в галузь, представлено на рис. 8.

Дослідженням встановлено, що у 2016 році у в галузь будівництво залучено 1074,4 млн дол. США іноземних інвестицій (для порівняння відносно періоду 2013–2014 рр. (період кризових процесів): в 0,7 разів менше ніж у 2015 р. та відповідно в 0,86 разів ніж у 2014 р., що склало 2,6% від загального обсягу надходження прямих іно-



Рис. 5. Динаміка чисельності найманих працівників та зайнятого населення, задіяних у галузі будівництво за період 2007-2016 рр. [4]

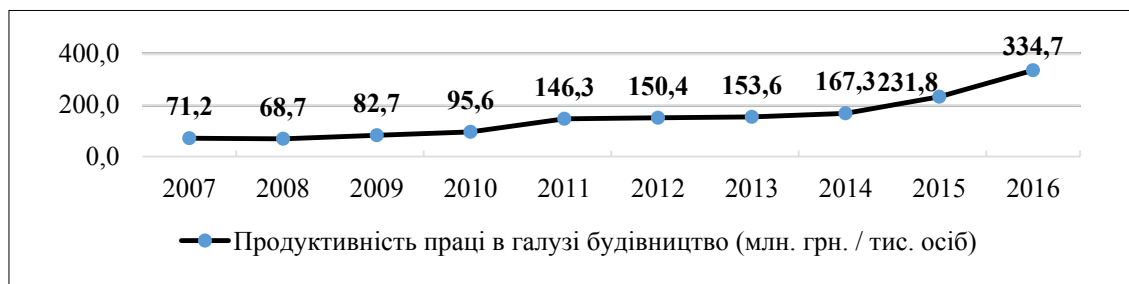


Рис. 6. Продуктивність праці в галузі будівництво у період 2007-2016 рр.

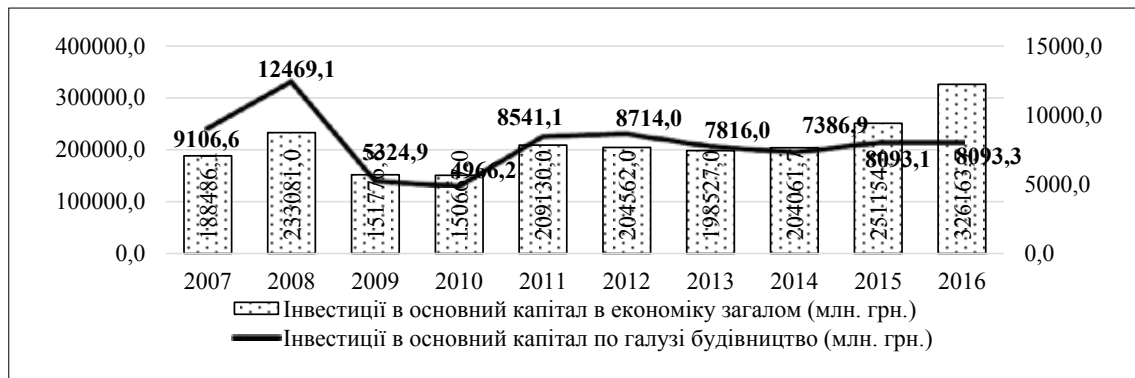


Рис. 7. Динаміка інвестицій в основний капітал в економіку України загалом та інвестицій в основний капітал по галузі будівництво за період 2007-2016 роки [4]



Рис. 8 Динаміка надходження прямих іноземних інвестицій у будівництво в Україні за 2007–2016 роки [4]

земних інвестицій в Україну, а у порівняння з 2011 роком зниження відбулося в 2,3 рази, та відповідно в 2,65 рази у 2007 році. Отже, скорочення прямих іноземних інвестицій в Україну негативно впливає на розвиток галузі будівництво.

Висновки з проведеного дослідження. Результати проведеного дослідження стану галузі будівництво в Україні за 2007-2016 роки засвідчують про те, що сьогодні виникає цілий ряд проблем, які стають перешкодою розвитку галузі будівництво та діяльності її підприємств, зокрема:

- 1) На макроекономічному рівні:
 - внесок галузі будівництво у ВВП країни в досліджуваний період зменшується, що свідчить про сповільнення розвитку галузі.
- 2) Фінансовий стан:
 - кількість підприємств галузі знизилася на 30,6 %, загальна кількість великих будівельних компаній в Україні становить 0,43%;
 - великі обсяги збитків від діяльності підприємств галузі та низький рівень рентабельності свідчать про неефективне функціонування цих підприємств на ринку, кількість збиткових підприємств становить 55%.

3) Результати виробничої діяльності:

- незначна частка обсягу реалізованої будівельної продукції у загальному обсязі реалізованої продукції;

- індекс обсягів будівельних робіт збільшився, але при цьому кількість прийнятого в експлуатацію загальної площі житла зменшилася;

- продуктивність праці в галузі зростає.

4) Кадрові аспекти:

- кількість найманих та зайнятих працівників в галузі зменшується;

5) Результати інвестиційної діяльності:

- скорочення обсягів інвестицій в основний капітал по галузі будівництво;

- залучення іноземних інвестицій в галузь будівництво скоротилося у 3 рази.

Отже, враховуючи вище викладене, можна стверджувати, що галузь будівництво знаходиться у кризовому стані, про що свідчить: високий рівень збитковості підприємств, недостатня кількість кадрів для виконання обсягів робіт, скорочення інвестицій (в основний капітал, капітальні інвестиції, іноземні інвестиції), що свідчить про низький рівень конкуренції будівельної галузі на ринку, тому основними

напрямами розвитку галузі є залучення інвестиційних ресурсів, які дозволять підприємствам розширити свою діяльність, яка виведе галузь на новий рівень.

Перспективами подальшого дослідження є аналіз попиту та пропозиції інвестиційних ресурсів та послуг на ринку інвестиційних ресурсів в галузі будівництво та його інтегральна оцінка.

Список використаних джерел:

1. Бушуєва Н. С. Управління розвитком підприємств будівельної галузі шляхом формування їх стратегічного потенціалу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. техн. наук : спец. 05.13.22 – управління проектами та розвиток виробництва. Київський національний університет будівництва і архітектури. К., 2010. 20 с.
2. Гужавіна І. В. Вдосконалення методики аналізу та визначення фінансового стану підприємства. Наукові записки. [Національного університету «Острозька академія»]. Серія «Економіка». 2012. Вип. 20. С. 110–114.
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Журнал «Форбс» URL: <http://forbes.net.ua/ua/ratings/3>. URL: <http://forbes.net.ua/ua/magazine/forbes/1426714-vibuduvali-na-slavu-rejting-najbilshih-ukrayinskih-zabudovnikiv#4>
5. Крисько Ж. Аналіз середовища реструктуризації підприємств будівельної галузі. Економічний аналіз. 2012. № 10(4). С. 203–206.
6. Мамонов К. А., Угоднікова О. І. Планування потенціалу розвитку будівельного підприємства. Економічний аналіз: збірник наукових праць. 2013. Т. 13. С. 311–316.
7. Сенів Б. Г. Сучасний стан та перспективи розвитку будівельної галузі України. Інноваційна економіка. 2010. № 3. С. 19–24.
8. Татар М. С. Дослідження проблем розвитку ресурсного потенціалу будівельних підприємств України в умовах активізації факторів зовнішнього середовища. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 6, Ч. 3. С. 81–86.
9. Угоднікова О. І. Інформаційно-аналітичне забезпечення оцінки потенціалу розвитку підприємств будівельної галузі : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / О. І. Угоднікова ; Харків. нац. ун-т міського господарства ім. О. М. Бекетова. Харків, 2016. 22 с.

Fisunen N.O.

CURRENT STATE AND TRENDS OF BUILDING INDUSTRY DEVELOPMENT

Nowadays the most important issue is attraction of investment resources because investment activity is the main factor of development of all economic spheres especially capital-intensive as construction. Construction industry is one of the main economic activities in Ukraine. Development of construction branch leads to economic growth in the country and solving a great number of social problems as Ukrainian construction industry creates a lot of jobs and uses products of all branches of the national economy.

While investigating the current state of construction industry and trends of its development it was determined that it is necessary to define important components (sequence of research) of the industry which can be used to make conclusions about its state and trends of development. Sequence of construction industry research must include structure block allowing not only to monitor the enterprises' activity, but also to analyze its general condition and provide compliance of the system to the purposes and tasks.

Examining sequence of research, it was proposed to consider such components as: macroeconomic state of the industry, financial condition, results of the production activity, human resources, results of investment activity.

Macroeconomic state of the industry as the main economic development indicator of the national economy was analyzed. The quantity and the major directions of construction enterprises' activity, their financial condition and profitability level were investigated. Important indicators of production activity results were examined. The results of investment activity and human resources capacity for the period of 2007–2016 were researched. The main problems of construction industry development were investigated considering their provision with investment resources and the problems hindering development of construction industry.

As a result of the research it was determined crisis condition of construction industry because contribution of construction industry to GDP decreases, enterprises have low profitability, investment to fixed capital, capital investment and foreign investment shorten and there is lack of human resources. The main directions of industry development are attracting investment allowing enterprises to expand their activity.

Key words: industry, construction, analysis, state, development, resources, results, efficiency, profitability.

Ціщик Р.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри аудиту, ревізії та аналізу
Тернопільського національного економічного університету

Котис Н.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту та публічного управління
Тернопільського національного економічного університету

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ СТРУКТУРИ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

У статті визначено сутність та функціональне навантаження логістичного сектора економіки. Проаналізовано основні статистичні показники, які характеризують логістичний ринок України. Досліджено структурні складові вітчизняного логістичного ринку. Визначено фактори, які впливають на функціонування національної логістичної системи. Виявлено тенденції та перспективи розвитку логістики в Україні. Запропоновано заходи, які сприятимуть розвитку вітчизняного логістичного ринку.

Ключові слова: логістика, логістичний ринок, логістична система, логістичні послуги, логістичний сектор економіки, логістична галузь.

В статье определены сущность и функциональная нагрузка логистического сектора экономики. Проанализированы основные статистические показатели, характеризующие логистический рынок Украины. Исследованы структурные составляющие отечественного логистического рынка. Определены факторы, которые влияют на функционирование национальной логистической системы. Выявлены тенденции и перспективы развития логистики в Украине. Предложены мероприятия, способствующие развитию отечественного логистического рынка.

Ключевые слова: логистика, логистический рынок, логистическая система, логистические услуги, логистический сектор экономики, логистическая отрасль.

Постановка проблеми. Глобалізація економічних відносин, розвиток та створення нових міжнародних транспортних коридорів, торгово-транспортних мереж, розширення логістичної інфраструктури, експансія технологій підтверджують бурхливий розвиток світового логістичного ринку. У сучасних умовах зростання обсягів логістичних послуг, характерних для розвинених країн, відслідковується уже практично у всіх державах, які залучені у міжнародну торгівлю товарами і послугами.

Логістика в Україні розвивається відповідно до світових тенденцій, здійснюючи вагомий вплив на національний економічний потенціал, стимулює розвиток взаємопов'язаних і суміжних галузей, виступаючи індикатором конкурентоспроможності нашої держави у світі.

Незважаючи на позитивну динаміку та значний потенціал, вітчизняна логістика перебуває на етапі формування та консолідації. Темпи розвитку логістики в Україні є нижчими порівняно зі світовими темпами розвитку цієї галузі, що зумовлює відставання від світових логістичних процесів, недостатній рівень використання можливостей, втрату конкурентних позицій.

Це актуалізує дослідження сучасного стану та особливостей вітчизняного логістичного

ринку, його структурних складових, основних тенденцій і перспектив розвитку в умовах відкритості економіки України та високої залежності від глобальних процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Фундаментальні основи логістики та окремі проблеми логістичної діяльності вивчали провідні зарубіжні вчені-економісти: Д. Бауерсокс, М. Бернон, Р. Каплан, Д. Дж. Клос, М. Крістофер, Р. Купер, Д. М. Ламберт, Б. Лапідус, Ф. Пфоль, Дж. Сток, Д. Уотерс, А. Харрісон, Р. Хоук, Дж. Шапиро та інші.

Проблеми логістичного функціонування ринкових суб'єктів та окремі теоретичні та прикладні аспекти розвитку ринку логістики розкривали такі вітчизняні та російські науковці, як: Ю. Аванесов, А. Баскин, А. Гаджинський, Х. Гізатуллін, М. Гордон, М. Григорак, В. Дибська, О. Дунаєв, І. Желябін, А. Зирянов, О. Зуєва, Л. Ібрагімов, Є. Крикавський, Ф. Крутіков, Ю. Неруш, С. Нікшич, О. Проценко, Н. Ратнер, С. Саркісов, Ч. Сковронек, С. Уваров, Н. Фасоляк, Н. Хвищун, Н. Чухрай та багато інших.

Проте незважаючи на значну кількість досліджень у даному напрямку, існує низка проблем, які досі виступають предметом дискусій та обговорень вчених-економістів, зокрема

щодо структури та тенденцій розвитку логістичного ринку України.

Метою статті є на основі статистичного аналізу визначити тенденції розвитку логістичного забезпечення в Україні, дослідити сучасний стан, структуру, проблеми та перспективи розвитку вітчизняного логістичного ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Становлення логістики в Україні характеризується прогресивною динамікою, про що свідчить національний індекс її ефективності (Logistics Performance Index – LPI) [1]. Цей показник вперше було визначено у 2007 році. У 2015 році уже впр'яте проведено моніторинг тенденцій і ступеня розвитку логістики серед 160 країн світу, де Україна посіла 80 місце (2,74 бали), тоді як у 2010 році вона була 102-ою у рейтингу (2,57 бали) (табл. 1) [1].

Таблиця 1

**Динаміка індексу ефективності
вітчизняної логістики за 2007-2016 рр.**

Рік	Місце	Бал
2007	73	2,55
2010	102	2,57
2012	66	2,85
2014	61	2,98
2016	80	2,74
Середній показник за 2010-2016 рр.	74	2,81

Джерело: сформовано на основі [1]

За дослідженням LPI найбільш розвиненим напрямком вітчизняної системи логістики є своєчасність поставок вантажів – 54-ге місце (3,51 бали), а найменш розвиненим – митна логістика – 116 місце (2,34 бали) [1].

У той же час, на думку 37% експертів «Українського логістичного альянсу», нинішній стан

ринку логістики знаходиться в стані стагнації, а 34% вважає, що він пройшов етап становлення і розвивається [3].

Спробуємо пояснити причини розходження думок науковців. Основними статистичними показниками логістичної галузі України є частка логістичних послуг у світовому ВВП, індекс цін логістичного ринку; кадрове забезпечення логістики, інвестиційний потенціал логістичного сектора економіки України та інші.

Щоб визначити частку вітчизняних логістичних послуг у світовому ВВП, проаналізуємо цей показник для окремих країн, у загальному по Європі, північній та південній Америці та у середньому по світу (табл. 2).

Отже, для частки логістичних послуг України у світовому ВВП у 2016 році склала 15,3%.

Проте, згідно офіційної вітчизняної статистики, частка транспорту, складування, поштової та кур'єрської діяльності склала 6,56% від загальної вартості ВВП. І протягом десятирічного періоду вона не перевищувала 8% (рис. 1).

Аналіз динаміки ВВП України у вартісному вираженні і динаміки питомої ваги підприємств транспорту, складського господарства, поштових та кур'єрських послуг (по суті обсягів логістичних послуг) у структурі внутрішнього продукту підтверджує, що ситуація на логістичному ринку є стабільною і не зазнає значного погіршення. Проте ці показники не дають інформації про реальний стан логістичного ринку.

Аналіз статистичних даних про обсяги перевезень вантажів всіма видами транспорту має чітко виражений тренд спаду, починаючи з 2011 року (рис. 2).

Зменшення вантажопотоків означає зниження обсягів логістичної діяльності і свідчить про стагнацію чи навіть деградацію. Рівень маржинальності логістичного бізнесу мінімально допустимий і більшість логістичних

Таблиця 2

Частка логістичних послуг у світовому ВВП, %

Країна	Частка логістичних послуг у світовому ВВП, %
Російська Федерація	19
Республіка Білорусь	12
Республіка Казахстан	16
Республіка Молдова	17
Країни Балтії (середній показник)	12,1
Північна Америка (середній показник)	8,67
Південна Америка (середній показник)	11,9
Європа (середній показник)	9,2
Азія (середній показник)	13,5
Інші країни (середній показник)	17,5
У середньому по країнах світу	11,7
Україна	15,3

Джерело: сформовано на основі [2; 3]

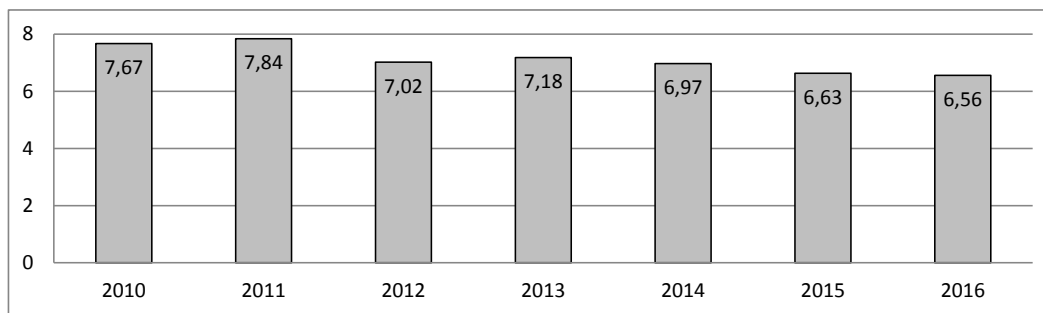


Рис. 1. Питома вага транспорту, складського господарства, поштових та кур'єрських послуг у структурі ВВП України, %

Джерело: сформовано на основі [4]

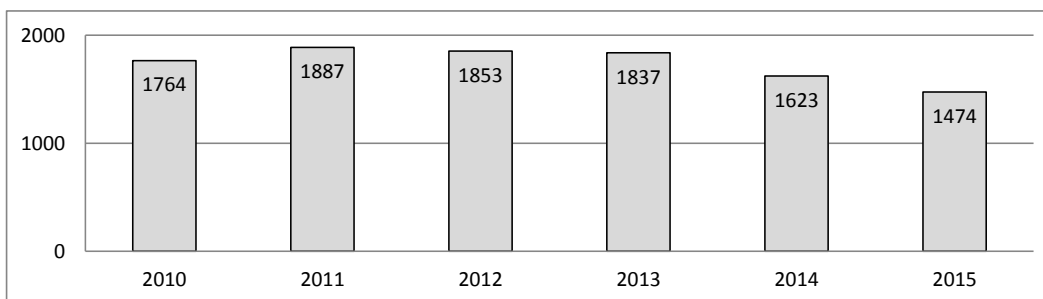


Рис. 2. Динаміка обсягів перевезень вантажів в Україні, млн. т

Джерело: сформовано на основі [4]

операторів працюють майже у межах рівня беззбитковості.

На тлі зростання ВВП скорочення питомої ваги об'ємів перевезень свідчить про те, що частина підприємств перейшли від аутсорсингу у логістиці до інсорсингу, тобто, відійшли назад у економічному розвитку.

З іншого боку, за останні два роки на вітчизняному ринку логістичних послуг стався якісний зсув – зміна філософії та логістичного мислення. Останніми роками багато компаній усвідомили, що логістика це реальний інструмент підвищення ефективності бізнесу. Активне залучення українських підприємств до глобальних ланцюгів постачань, вихід вітчизняних виробників на світові ринки, наслідки військових дій тощо змусили топ-менеджмент промислових, сільськогосподарських, торгових і сервісних підприємств звернути увагу на логістику свого бізнесу, організацію логістичних процесів (закупівель, виробництва, розподілу) та можливість зменшення своїх логістичних витрат за рахунок ефективної співпраці (партнерства) з логістичними операторами. Наслідками таких змін стало зростання вимог до якості логістичних послуг, гарантій надійності доставки товарів, безпечності вантажоперевезень і прозорості бізнес-процесів. Також варто відзначити підвищення рівня організованості, суттєве зрос-

тання застосування інформаційних технологій, комплексності надання логістичних послуг.

Логістика фінансує близько 15% надходжень до бюджету від виробничої сфери і забезпечує близько 40% вітчизняного ринку послуг [5]. Отже проаналізуємо обсяг ринку логістичних послуг та розрахуємо темп приросту (рис. 3, рис. 4).

Можна зробити висновок, що обсяг ринку логістичних послуг зростає. Найбільше значення простежується у 2015 році.

За останні роки суттєво зріс сегмент поштової логістики, не в останню чергу це пов'язано з розширенням асортименту послуг і підвищенням якості сервісів, перш за все, лідерами сегмента. Ринок контрактної логістики істотно видозмінився з появою пропозицій інтегрованої логістики. Необхідно відзначити, що і експедиція вантажу трансформується в логістичну послугу для вантажовласників.

Також важливим показником, що характеризує розвиток логістичного ринку, є динаміка цін на логістичні послуги (рис. 5)

Графік ілюструє, що інфляційні зрушення мало впливають на цінову категорію ринку логістичних послуг. Значне зростання спостерігається у тарифах на залізничні перевезення (+ 35%) та поштові послуги (+ 20%), тоді як ціни на інші види транспорту та зберігання послуг

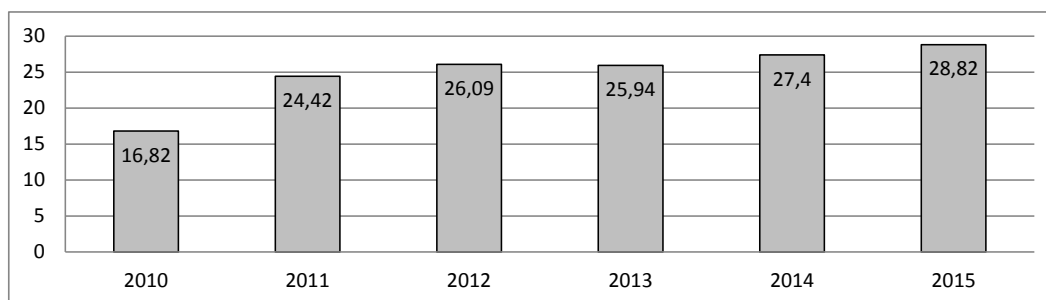


Рис. 3. Динаміка обсягу ринку логістичних послуг України за 2010–2015 роки, млрд. грн.

Джерело: сформовано на основі [4; 5]

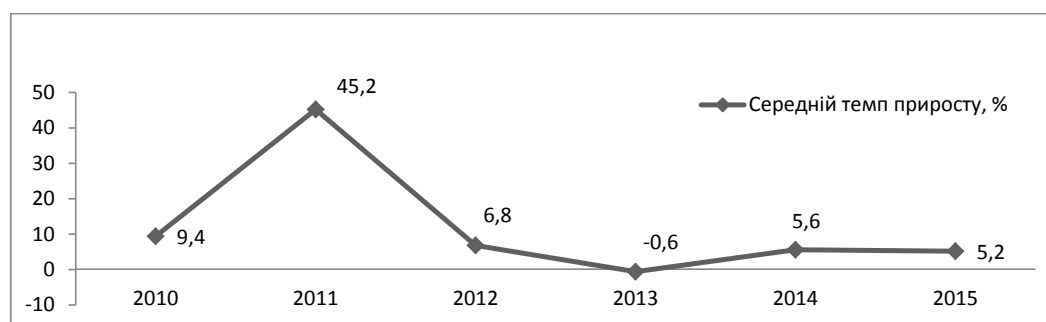


Рис. 4. Темп приросту обсягу ринку логістичних послуг за 2010–2015 роки

Джерело: сформовано на основі [4; 5]

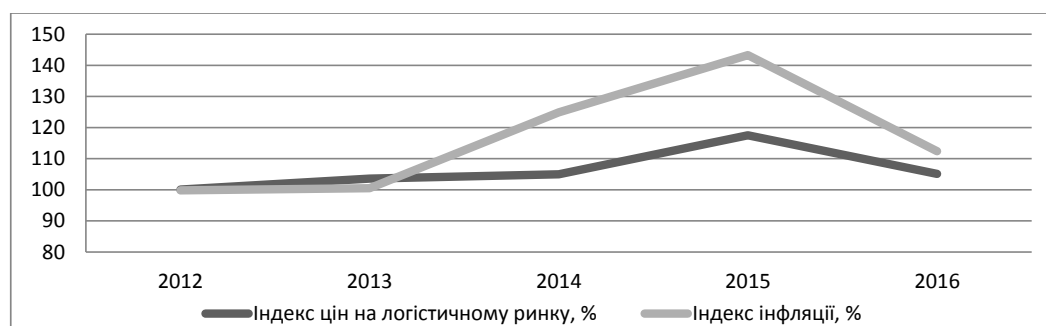


Рис. 5. Динаміка індексу цін логістичного ринку та інфляції в Україні

Джерело: сформовано на основі [4; 5]

зросли лише на 10-13%. Також слід зазначити, що даний показник відображає лише тенденцію до того, що логістична індустрія піддається впливу загальних змін у соціально-економічній системі України.

Інтеграція в ЄС та його зростаючі вимоги заохочують до капітальних вкладень у логістичний сектор економіки. Так у 2016 році 64% та 32% інвестицій спрямовані відповідно на наземне транспортування та зберігання. Що стосується іноземних інвестицій, то у порівнянні з 2015 роком їх рівень збільшився на 17,1% і склав 4,406 млрд. дол. США у 2016 році, з них 524,9 млн. дол. США надійшло у логістичний сек-

тор [5]. На жаль, логістика не настільки приваблива для іноземного інвестора, як, до прикладу, агропромисловий комплекс чи ІТ сектор. Найбільший обсяг інвестицій надходив із Російської Федерації, Кіпру та Великобританії. Цікаво, що саме Україна визначила пріоритетні напрямки для інвестування на логістичний ринок.

За світовою практикою виділяють такі варіанти сегментації ринку логістичних послуг:

- включає транспортно-експедиційні послуги, комплексні логістичні рішення та управління ланцюгами поставок;
- передбачає поділ на такі сегменти: міжнародну та внутрішню експрес-доставку, переве-

зення приватного та службового майна, міжнародні та внутрішні вантажоперевезення;

– виділяє експедиційні послуги, транспортну логістику [6, с. 21; 7, с. 72; 8].

Проте, ринок логістичних послуг в Україні слабо структурований. Слід зауважити, що відсутня повна і достовірна інформація про його структуру.

Оскільки немає єдиної методології сегментації вітчизняного логістичного ринку, пропонуємо провести дослідження щодо таких сегментів: транспортна логістика, логістика зберігання, договірна (контрактна) логістика.

В останні роки Державна служба статистики України веде облік транспортної логістики у таких секторах: транспорт (дорожній, залізничний, водний, повітряний та трубопровідний); складські приміщення; кур'єрська та поштова діяльність [4].

Загальна потужність українського ринку транспортних та логістичних послуг складає 438,740 млрд. грн. Більша частина вантажних перевезень припадає на наземний транспорт – 97%, а решта 3% розподіляються між водними та повітряними перевезеннями. Найбільша частка належить автотранспорту – 75,92%, що переважає на внутрішньому ринку [4; 9].

Це вказує на орієнтацію української транспортної логістики на внутрішній попит. У міжнародних перевезеннях ситуація дещо відрізняється. Найбільша частка 35% належить авіаційному та морському транспорту, 20% – залізничним перевезенням, решта – перевезення автотранспортом (8%) та річковими видами транспорту (2%) [5; 9].

На основі проведеного аналізу можна відзначити зменшення тенденції обсягів вантажних перевезень за останні роки. На це вплинули кілька факторів: економічна криза; дестабілізація політичної ситуації; втрата внутрішніх та зовнішніх ринків. Для транспортного ринку України притаманні невеликі цикли розвитку цієї галузі. Тобто ця галузь зазнає «піків» і спадів у розвитку кожні 3-5 років. Проте, для реалізації глобальних цілей та можливостей конкурувати з європейськими логістичними компаніями, ситуація на транспортному ринку мусить перейти в тривалий період стагнації. Тому для формування конкурентних переваг необхідно приділити належну увагу внутрішнім резервам, притаманним не тільки транспортній галузі, але і в усій соціально-економічній системі України.

Що стосується ще одного сегменту логістичного ринку України – логістики зберігання, то її можна поділити безпосередньо на складування та ряд супутніх логістичних послуг.

Ситуація на ринку зберігання (складування) у 2016 році характеризується зміною негатив-

ної тенденції минулих років на стабілізацію ситуації у цьому сегменті ринку. Відзначається позитивна тенденція у вирівнюванні попиту серед орендарів, здійснено ряд операцій з придбання великих складських приміщень і спостерігається поміркована тенденція скоротити вакансії та стабілізувати орендні ставки [9].

Згідно проведених досліджень було встановлено, що договірна логістика України становить майже 9% від загальної структури логістичного ринку. Так у структурі логістичного ринку сегменти ринку транспортних та складських об'єктів складають 81%, що становить 727,1 млрд. грн. У грошовому вираженні контрактна логістика становила 65,44 млрд. грн. у 2016 році [5; 9].

Отже, ще один парадокс вітчизняного ринку логістики – офіційно ми про нього майже нічого не знаємо. Варто зазначити, що достовірна статистична інформація про структуру і доходи вітчизняного ринку логістичних послуг слабо структурована або взагалі відсутня. Можна знайти статистику перевезень вантажів за видами транспорту, обсяги поштової та кур'єрської доставки, є оцінки обсягів складських послуг тощо. Проте, не можливо виміряти обсяг ринку контрактної логістики, тобто обсягів послуг 3PL-операторів, визначити частки учасників цього ринку, порівняти український ринок з міжнародним.

Висновки з проведеного дослідження. На сучасному етапі економічного розвитку логістичні послуги займають одне із провідних місць на світовому ринку. У результаті дослідження було виділено фактори зростання попиту на логістичні послуги, визначено країни, у яких найбільш розвинений логістичний сектор економіки, розглянуто особливості логістичного ринку України, його сегментацію та вивчено класифікацію логістичних послуг.

Проведений аналіз тенденцій розвитку вітчизняної логістичної системи дозволяє прогнозувати майбутній стан логістики в Україні; чітко виділити проблеми та можливі напрямки зростання, визначити чинники, які сприяють розвитку логістичного ринку, сформулювати усвідомлення необхідності реструктуризації логістичної галузі країни. Дані проведеного дослідження будуть корисними як для визначення вектора логістичного розвитку України, так і для вибору пріоритетних напрямків удосконалення логістики підприємств та організацій.

Підсумовуючи, зазначимо, що глобальний тренд національної логістики змінюється у бік сталого та якісного розвитку. Найближчими роками це дозволить реалізувати величезний логістичний потенціал України, перетворити логістику у найбільш ефективну галузь національної економіки.

Список використаних джерел:

1. Logistics Performance Index. Website of World Bank. URL: <https://lpi.worldbank.org/report>
2. Логистика в Украине: парадоксы рынка и пути раскрытия потенциала. URL: <http://logist.fm/publications/logistika-v-ukraine-paradoksy-rynka-i-puti-raskrytiya-potenciala>
3. Connecting to Compete 2014. Trade Logistics in the Global Economy. The Logistics Performance Index and Its Indicators. Website of World Bank. 2014. 72 p. URL: <http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/Trade/LPI2014.pdf>
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua
5. Pro-Consulting Аналітика ринків. Фінансовий консалтинг. URL: <http://pro-consulting.ua/>
6. Желябін І.В. Доставка від дверей до дверей. Бюлетень транспортної інформації. 2011. № 5. С. 21.
7. Burnewisz J. Polska w orbicie strategii europejskich operatorów logistycznych. Spedycja, Transport, Logistyka. 2005. № 5. S. 72.
8. Journal of Sustainable Development of Transport and Logistics. URL: <http://jsdtl.sciview.net/index.php/jsdtl/announcement>
9. Особливості ринку логістичних послуг в Україні. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/osobennosti-rynka-logisticheskikh-uslug-v-ukraine>

Tsishchuk R.V., Kotys N.V.

STATISTICAL ANALYSIS OF THE STRUCTURE AND TRENDS OF DEVELOPMENT OF THE LOGISTIC MARKET OF UKRAINE

Logistics in Ukraine is developing in accordance with world trends, having a significant impact on the national economic potential, it is stimulating the development of interconnected and related industries, serving as indicators of the competitiveness of our country in the world.

However the rate of development of logistics in Ukraine is lower compared to the global tempo of development of this branch, which leads to a lag behind world logistics processes, insufficient use of opportunities, loss of competitive positions.

It updates the research of the current state and features of the domestic logistics market, its structural components, the main trends and prospects of development in the context of high dependence on global processes.

The purpose of the article is to determine, on the basis of statistical analysis, trends in the development of logistics in Ukraine, to investigate the current state, structure, problems and prospects of development of the domestic logistic market.

The article defines the essence and functional load of the logistic sector of the economy. The circumstances of growth of demand for logistic services are determined, the countries with the most advanced logistic systems are determined. The main statistical indicators characterizing the logistic market of Ukraine are analyzed. The structural components of the domestic logistic market are investigated. The factors influencing the functioning of the national logistic system are determined. The tendencies and prospects of logistic development in Ukraine are revealed. Proposed measures will promote the development of the domestic logistic market.

The analysis of trends in the development of the domestic logistics system allows to predict the future state of logistics in Ukraine; to identify distinctly the problems and possible directions of growth, to identify the factors contributing to the development of the logistic market, to raise awareness of the need to restructure the country's logistic industry. The data of the conducted research will be useful for both definition of vector of logistic development of Ukraine and for the choice of priority directions of improvement of logistics of enterprises and organizations.

Key words: logistics, logistic market, logistic system, logistic services, logistic sector of economy, logistic industry.

Шедяков В.Е.доктор социологических наук,
кандидат экономических наук, доцент,
независимый исследователь**МЯГКОЕ УПРАВЛЕНИЕ НЕСИСТЕМНОЙ
СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ЦЕЛОСТНОСТЬЮ**

В контексте развёртывания исторического процесса анализируются черты трансформаций несистемной социокультурной целостности. Существо трансформирования среды социокультурной целостности определяемое, по мнению автора, в первую очередь, созданием и распространением ценностных характеристик, непосредственно связано с полноценностью мышления, развёртыванием его всеобщих форм, реализацией в социокультурной жизни пластов идеального. Мягкое управление социокультурной целостностью, как на индивидуальном, так и на социальном уровне рассматривается как более органичное при опоре на сложившиеся ценностно-смысловые комплексы. Информационные вирусы характеризуются как вариант информационного воздействия, формирующий при этом точки кристаллизации настроений и моделей мировосприятия. Показывается, что осуществляются трансформации от социально-экономической доминанты к социокультурным ризомам, от оптимальности конкретного пути и единого образца к активному поиску комплексной специализации, базирующейся на отличиях восприятия и хозяйствования. Среди особенностей овладения ресурсно-методологическими базами мягкого управления специальное внимание уделяется переходу к умению заинтересовать, командной (партнёрской и состязательной) деятельности, комплексной специализации.

Ключевые слова: социокультурная целостность, трансформации, мягкое управление.

У контексті розгортання історичного процесу аналізуються риси трансформацій несистемної соціокультурної цілісності. Сутність трансформування середовища соціокультурної цілісності, що визначається, на думку автора, в першу чергу, створенням і розповсюдженням ціннісних характеристик, безпосередньо пов'язано з повноцінністю мислення, розгортанням його загальних форм, реалізацією в соціокультурному житті пластів ідеального. М'яке управління соціокультурної цілісності як на індивідуальному, так і на соціальному рівні розглядається як більш органічне при опорі на сформовані ціннісно-сміслові комплекси. Інформаційні віруси характеризуються як варіант інформаційного впливу, який формує при цьому точки кристалізації настроїв і моделей світосприйняття. Показується, що здійснюються трансформації від соціально-економічної домінанти до соціокультурних різом, від оптимальності конкретного шляху і єдиного прикладу до активного пошуку комплексної спеціалізації, що базується на відмінностях сприйняття і господарювання. Серед особливостей оволодіння ресурсно-методологічними базами м'якого управління спеціальну увагу приділяється переходу до вміння зацікавити, командної (партнерської і змагальної) діяльності, комплексної спеціалізації.

Ключові слова: соціокультурна цілісність, трансформації, м'яке управління.

Постановка проблемы. Экономическое управление осуществляется в мире, где нарастает значение иных измерений общественной жизни. Изменение качеств общественной среды: в частности, движение к характеристикам социокультурной целостности, – выдвигает новые требования к управлению (в т.ч. в экономической сфере жизнедеятельности). Так, теперь оно подтверждает своё качество эффективного при умении опереться на имеющиеся ценностные предпочтения и воспринимать плюральность подходов как неотъемлемую черту вовлечения в сотворчество, развития и раскрытия дарований.

Анализ публикаций. Основоположники кибернетики второго порядка: Р. Акофф, Л. Арноф, Л. Берталанфи, П. Вейс, Д. Мако,

М. Месарович, Г. Паск, И. Такахара, Х. Фёрстер, П. Чекланд, У. Чёрчмен, Ф. Эмери, У.Э. Эшби, Э. Янч – создали предпосылки для решения практико-теоретических задач с самоуправляемыми структурами в слабоструктурированной динамичной среде. Исследователи подходов: В. Арнольд, С.А. Амплби, Ф. Варела, Э. Глазерсфельд, Д. Леонтьев, Р. Лепа, В. Лефевр, Я. Мак-Дермонт, У.Р. Матурана, Дж. О'Коннор, С. Пирогов, В. Скурихин, Т. Теслер, Г. Хакен и др. – продемонстрировали эффективность их применения в постсовременных условиях. А. Авилов, В. Афанасьева, Н. Анисимов, Ю. Баринов, З. Бауман, У. Бек, Д. Бойд, И. Валлерстайн, А. Венделин, Дж. Гвишиани, Э. Гидденс, В. Голиков, Л. Гумилёв, М. Гусельцева, Ю. Давыдов, А. Денисов, Ж. Деррида, А. Зуб, М. Игнатев,

И. Ильин, Д. Канеман, Л. Карпов, М. Кастельс, В. Косолапов, И. Котляров, А. Кочеткова, Е. Князева, С. Кравченко, О. Ларичев, М. Локтионов, Н. Луман, Э. Люттвак, И. Моисеева, О. Моргенштерн, Г. Оверстрит, Дж. Най, Дж. Нейман, В. Пилипенко, К. Поппер А. Пригожин, Е. Старосьцяк, Н. Стефанов, Ю. Тихомиров, Ж. Тощенко, Д. Уайлд, Б. Украинцев, А. и М. Уилсоны, Р. Уотермен, Ж. Фреско, Г. Фрон, Ф.А. Хайек, Н. Чернина, Дж. Шарп, И. Шмерлина, Г. и П. Щедровицкие, В. Юдин, С. Янг и проч. – изучили соответствующие изменения социальной среды, продуктивность и границы воздействий в ней и на неё.

Формулировка исследовательской задачи.

В этой ситуации **цель** статьи – характеристика социально-экономических трансформаций социокультурной целостности как объекта применения технологий мягкого управления.

Изложение основного материала исследования. Качество общественной среды, сознательная гражданская позиция способствуют укреплению социального иммунитета социокультурной целостности. Как известно, разрыв одной из системных связей, может либо пройти незамеченным, если система имеет достаточную инерцию саморазвития, чтобы компенсировать ставшую инвалидной связь – или же сколь-нибудь значимо повлиять на характер причинно-следственных связей, если целостность пребывает в неустойчивом положении. Возможности развёртывания исторического процесса при этом включают процессы прогнозируемые и непрогнозируемые, стихийные и целенаправленные, уникальные и закономерные, неуправляемые, самоуправляемые и управляемые, циклично-волнообразные и необратимо-поступательные (как прогрессивные, так и регрессивные). Осознание процессов развития осуществляется в разных терминах соответственно изменению эпох. То, что при моделировании на плоскости предстаёт волнообразным движением, в объёмной представленности порой оказывается раскручивающейся (или, напротив, сужающейся – существенно качество обратных связей) спиралью. Признаки контрмодерна в общественной жизни, соскальзывание в сценарии которого дополнительно провоцируется незавершённостью Высокого Модерна и неорганичностью преобразований, обнаруживают риски неоархаики и разрушением потенциала состояния гомеостаза как равновесия с природой и друг с другом. Разумеется, в различных общественных процессах можно отыскать и элементы деградации в чём-либо – главное, чтобы не они стали доминирующими, определяющими.

При отходе социокультурной целостности от равновесия, с преодолением порога устойчи-

вости, она оказывается в хаотической области с множеством точек бифуркации и сильными последствиями для выбора аттрактора слабых случайных флуктуаций; «когда нагрузка превосходит некоторое критическое значение, прямое положение становится неустойчивым и появляются два новых ... положения равновесия. Вопрос о том, какое из этих двух положений вступит стержень, не может быть решен в рамках чисто детерминистской теории (если не предполагается асимметрия). В реальной ситуации эволюция системы определяется как детерминированными, так и случайными факторами («силами») ... «случайностью и необходимостью» [1, с. 35; см., также, 2-4]. Это означает развитие структуры через неустойчивость в режиме «обострения», то есть сверхбыстрого (асимптотического) нарастания процессов на основе нелинейной положительной обратной связи. Обнаруживается, что «неизбежный распад сложных быстроразвивающихся структур – одна из закономерностей мироустройства», но и сами «блуждания по полю путей развития ... не какие угодно, а в рамках вполне определённого... поля возможностей» [5, с. 16, 20].

Существо трансформирования среды социокультурной целостности определяется созданием и распространением ценностных характеристик непосредственно связано с полноценностью мышления, развёртыванием его всеобщих форм, реализацией в социокультурной жизни пластов идеального. Соответственно, в обществе осуществляются процессы репродукции и продуцирования. Сотворчество составляет как основной двигатель исторического процесса, так и способ (само)осуществления человека. Противоречие родовых сил развёртывается в социальные конфликты, вызывая варианты сублимации. Если внутренняя характеристика сил – их рационально-эмоциональная определённость, то внешняя – единство вещественного содержания, форм вещественных и общественных. Вектор подвижности этого баланса формирует разные приоритеты при создании: как в божественном уподоблении при продуцировании / творчестве смыслов, так и животном – при биологическом репродукции / размножении. Звериное начало искушают сытостью. Человеческое – справедливостью в обеспечении реализации идеалов свободы, равенства и братства. И путь социально-экономических реформ – направление укрепления собственно человеческого начала в обществе, соответственно – очеловечивания общественной жизни, гуманизации социально-политических и социально-экономических отношений. Отнюдь не формальные конструкты, а качество жизни и возможности

сотворчества определяют прогресс страны, а новые горизонты развития открываются там, где общественное устройство максимально способствует реализации творческого потенциала каждого. Материальные и духовные культурно значимые пространственно-временные формы вещей, общественных контактов и процессов создают социально-экономический порядок, имеющий внутренние и внешние очертания [6-12]. Решающее значение приобретает исторический подход, всесторонний анализ данного социального явления, его составляющих и условий его существования. Человек, общество, хозяйство – феномены органические, а не механические. Их нельзя описывать исключительно в терминах материальных интересов и эгоистического выбора, а этнос часто выступает как самостоятельная недробимая историческая величина с собственными задачами, волей, привычками. При этом культурно-цивилизационный мир принципиально един, но это единство различного. Социальные системы и несистемные целостности выступают как диалектическое многообразие качественно отличных друг от друга взаимосвязанных образований. Существование же различных подсистем социального мира предполагает, с одной стороны, возможность их обособления, а с другой, – появление идеальных реакций у части этих подсистем.

Достижение органичной комплексности усилий без подавления интересов не имеющих антиобщественного разрушительного (и саморазрушающего) характера опухолевых клеток, обеспечение соборности социокультурного движения на основе базовых ценностно-смысловых комплексов требует подключения региональных источников восприятия и активности. Между тем, представления о справедливости, имеющие специфические психоментальные основания и воплощения в разных культурно-цивилизационного мирах, сливаются с тиражируемыми СМИ стандартами жизни и навязываемыми поведенческими и потребительскими стереотипами, формируя качество социальной ткани и общественных отношений. Именно ценностно-смысловые комплексы: мировоззренческие и инструментальные, общественные и индивидуальные – отражаются на восприятии сущего и воплощаются в понятии должного, предрасполагая к определённым чертам веры, диалекта, обычаев и привычек. Соответственно, мягкое управление социокультурной целостностью как на индивидуальном, так и на социальном уровне происходит органичнее при опоре на сложившиеся ценностно-смысловые комплексы. Часто рационализм в хозяйствовании

лишь легализует решения, принятые на основе иррациональных мотивов.

Информационные вирусы как вариант информационного воздействия формируют точки кристаллизации настроений и моделей мировосприятия. Осуществление и позитивных, и негативных мутаций общественного организма может позволить трансформировать диапазон допустимого в рамках сложившегося общественного уклада. В частности, механизмом этого могут стать мнимые общественные величины, ложные социально-экономические ценности / стоимости, иррационально-превращённые формы субъект-субъектных отношений. Особенно богат возможностями как внутренних флуктуаций, так и внешних влияний переходный период. В том числе крайне серьёзные перспективы трансформаций в точке бифуркации при межпарадигмальном переходе. Вместе с тем, как программирование будущих социально-экономических процессов, так и управление тенденциями нынешней хозяйственной жизни ресурсами общественного стратегического дизайна коррелирует с особенностями постсовременности как среды моделей и практик формирования чернового наброска будущего, создания его замысла и выявления намерения, наиболее обострённо проявляясь именно в период форсированных трансформаций. Человечество входит в период гораздо более радикальных перемен, нежели привычные. Ныне осуществляются изменения не только отдельных социальных институтов, но и самих моделей жизнедеятельности и развития, культурной среды, отношений и структур. Существо же происходящего парадигмального перехода связано с перерастанием стадийного (формационного, этапного) развития, с преодолением материальной доминанты жизнедеятельности. Так, в частности, основными чертами, определяющими диапазон как наметившихся стратегических трансформаций, так и воздействия на них, становится переход:

- от экономики простого труда к экономике уникального творчества;
- от экзогенного количественного роста к эндогенному качественному развитию;
- от доминанты материального к духовно-нравственному и интеллектуальному;
- от формационного к неформационному;
- от обмена на основе сравнения товаров к обмену на базе сопоставления способностей;
- от дихотомии демократии / автократии к меритократии;
- от концептуальной открытости к признанию права на самоценность и обособленности культурно-цивилизационных миров;

- от космополитизма / национализма к регионализму и стратегическому партнёрству;
- от навязывания единства шаблонов глобализма к постглобальному разнообразию.

Ныне осуществляются изменения не только отдельных социальных институтов, но и самих моделей жизнедеятельности и развития, культурной среды, отношений и структур. При этом значимым фактором участия и культурно-цивилизационного мира, и конкретного предприятия в развитии общественного климата становится трансформация маркетинговой стратегии («реализуй то, что произведено» – «производи то, что нужно рынку» – «производи то, что требует рынок, делая это лучше, чем конкуренты» – «производи то, что требуют конкретные рыночные сегменты» – «производи то, что нужно конкретному потребителю») и увеличение диапазона средств воздействия на состояние и тенденции изменения потребителя, прежде всего, неценовыми факторами конкуренции (за счет брендинга, формирования моды и т.д.). Повышение как интенсивности международных коммуникаций, так и степени взаимозависимости происходит при сложном переплетении тенденций к социализации и индивидуализации воспроизводственных процессов общества [13-16]. Радикальный характер и размах трансформаций очевидны. Речь идёт уже отнюдь не только о политических условиях реализации свободы, но и о значительно более глобальных её перспективах, связанных с доминантой терпимости и многоукладности. В частности, мигранты, безработица, терроризм стали важнейшим фактором внутренней жизни культурно-цивилизационных миров, влияя на состояние корзины прав и свобод человека. Между тем, когда нет стабильной внешней опоры в виде общей идеологии, единственной культуры, стереотипной науки, тогда необходимо признавать право на существование непохожего, особенного и необычного. Ойкумена уже не будет прежней, включив в своё состояние и прошлое, и настоящее. При этом, как показали разноуровневые выборы 2016-2018 гг. в ряде стран, так и не сумевшие выдвинуть и внятно артикулировать ответы на определяющие мировые вызовы традиционные идеологические партии с водоразделом на «правых» и «левых» уступают место менее структурированному противоречию глобалистов и антиглобалистов, истеблишмента и народов.

Очевидно, преобразование возможностей в качественный результат как вариант задач на «минимакс» проявляет кардинальную зависимость от умения распорядиться новыми ресурсно-методологическими базами эпохи.

Характерно, что уже сейчас в конкурентной борьбе и страны, и фирмы ориентируются не только на качество научно-промышленного потенциала и технологические инновации, но и на религиозные, национальные, культурные традиции, используя их для повышения продуктивности своих производственных потенциалов, обеспечения социально-экономического развития и политической стабильности. Весомыми факторами поддержки качества социокультурной целостности становятся, с одной стороны, СМИ, Интернет, социальные сети, с другой, – самодеятельный общественный контроль и независимость судебной ветви власти. Осуществляются трансформации от социально-экономической доминанты к социокультурным ризомам, от оптимальности конкретного пути и образца к активному поиску комплексной специализации, базирующейся на отличиях восприятия и хозяйствования. И в первую очередь, изменение ресурсно-методологических баз при переносе акцентов на мягкое управление постмодерна предполагает для вовлечения в творчество движение от директивно-приказного административного принуждения к воздействию заинтересованностью, от эгоцентризма к командной (партнёрской и состязательной) игре, комплексной специализации.

Постмодерн не навязывает свой подход, а принимает реализующиеся модели такими, какие они есть в результате саморазвития. Новая парадигма – это возможность свободы (хоть не всегда – способность к свободе, отсюда, например, и опасность тотальной маргинализации общества). Переход к основаниям свободы есть одновременно и отказ от единственности базиса, и утверждение всеобщности плюрализма. Нет принуждения, и никто никому ничем не обязан. Исчезает понятие периферийной культуры: все – равноценны и равноправны (пока не пытаются диктовать и навязывать свои правила иным). Гуманность, человечность признается выше всех и любых доктрин: основной регулятор – закон «не мешай». И в этом направлении разрешается основная проблема постмодерна: если аутсайдерство – норма с собственной моделью, а не отставание на общей дороге, то как относиться к люмпенам, маргиналам (людям, регионам и странам)? Меняются правила – необходимо развиваться управленческим умениям и навыкам. При этом изучение и сравнительные характеристики институциональных основ и ценностной организации разных типов хозяйственных систем, альтернативных целей функционирования реально существующих форм организации дают возможность преодолеть грубый производствен-

ный детерминизм и трактовки процессов хозяйствования исключительно с позиций выгоды и прибыли и перейти к анализу на основе целого ряда историко-правовых, национально-психологических, морально-культурных традиций, персонального и коллективного выбора.

Стратегический дизайн этого парадигмального перехода акцентирует интеллектуальную составляющую жизнедеятельности. По нашему мнению, многие ошибки в стратегии и тактике перемен в Евразии связаны с концепцией реформ, под которой «правые» радикалы зачастую подразумевают буквальное следование «западному» канону, «левые» обновление прежних отношений. И те, и другие верят в возможность планомерной реализации заранее просчитанного и преимущественно хозяйственного, экономического проекта. Но длительный и многосторонний характер преобразований, спонтанность многих событий и разнородность процессов ориентируют скорее на философию постсовременной модернизации, то есть постмодернизации.

Выводы из проведенного исследования. Таким образом, переход к постсовременным ресурсно-методологическим базам и моделям стратегического управленческого дизайна, связанного с усилением давления роли анклавов «умного общества», объективно наращивает

основания общественной востребованности мягкого управления. Уже «информационный взрыв» воздействует на соотношение возможностей и факторов осуществления управления, реактуализируя как творческие (прежде всего, научно-интеллектуальные) возможности культурно-цивилизационных миров, так и устойчивость их базовых ценностно-смысловых комплексов, а также умение ими распорядиться, их защитить, активизировать и нарастить, в частности – посредством социокультурных полей. Одновременно само человечество превратилось в фактор, соизмеримый с мощностью природных стихий.

Впрочем, при сдвигах парадигмального уровня трансформируются и характер общежития, и структура переходного периода. Затянувшиеся постсоветские преобразования, с одной стороны, позволяют как «постистория» субъект-субъектных отношений оценить возможности и риски различных комбинаций и путей развития, но, с другой, – требуются кардинальные изменения как в стратегии, так и в тактике трансформаций, в частности, в направлениях освоения арсенала средств заинтересовывать, учитывать правила командной (партнёрской и состязательной) деятельности, находить ниши комплексной специализации.

Список использованных источников:

1. Хакен Г. Синергетика: иерархии неустойчивостей в самоорганизующихся системах и устройствах. М.: Мир, 1980. 405 с.
2. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса: Новый диалог человека с природой. М.: Прогресс, 1986. 431 с.
3. Акофф Р., Эмери Ф. О целеустремлённых системах. М.: Сов. радио, 1974. 272 с.
4. Лима-де-Фариа А. Эволюция без отбора: Автоэволюция формы и функции. М.: Мир, 1991. 455 с.
5. Князева Е.Н., Курдюмов С. П. Синергетика как новое мировидение : диалог с И. Пригожиным. *Вопр. философии*. 1992. № 12. С. 3–20.
6. Арнольд В.И. Теория катастроф. Изд. 3-е, доп. М.: Наука, 1990. 128 с.
7. Jantsch E. The Self-organizing Universe: Scientific and Human Implications of the Emerging Paradigm of Evolution. N.Y., Oxford: Pergamum, 1980. 343 p.
8. Шедяков В.Е. Стратегические трансформации методологий социального управления в осуществлении общественных интересов культурно-цивилизационного мира. *Гілея*. 2013. № 76. С. 190–194.
9. Шедяков В.Е. Осуществление парадигмальных трансформаций: сорезонирование стратегии, тактики и оперативного искусства в управленческих композициях // *Development and modernization of social sciences: experience of Poland and prospects of Ukraine* / Maria Curie-Sklodowska University. Lublin: Baltija Publishing, 2017. P. 282–307.
10. Шедяков В.Е. Соціальна творчість та інноваційність стратегічного управління. *Політичний менеджмент*. 2013. № 1-2 (57-58). С. 42–51.
11. Шедяков В.Е. Ціннісно-сміслові комплекси: з минулого в майбутнє, від культури традиційної до постмодерної. *Економіст*. 2014. № 8 (334). С. 4–5.
12. Кравченко С.А. Социология модерна и постмодерна в динамически меняющемся мире. М.: МГИМО-У, 2007. 264 с.
13. Стефанов Н. Общественные науки и социальная технология. М.: Прогресс, 1976. 247 с.
14. Социальные отношения: познание и совершенствование / Н.Н. Мокляк, В.Ю. Барков и др.; отв. ред. Н.Н. Мокляк. К.: Наук. думка, 1990. 232 с.
15. Суїменко Є.І. Соціальна інженерія. К.: ІС НАНУ, 2011. 224 с.
16. Шедяков В.Е. Общественная среда и социальная инженерия. *Habitus*. 2018. № 5. С. 54–59.

Shedyakov V.E.

SOFT MANAGEMENT OF NON-SYSTEM SOCIAL-CULTURAL INTEGRITY

In the context of the development of the historical process, the features of the transformations of non-systemic sociocultural integrity are analysed. The essence of the transformation of the environment of sociocultural integrity is determined, in the opinion of the author, first of all, by the creation and dissemination of value characteristics directly related to the fullness of thinking, the unfolding of its universal forms, and the realization of ideal layers in the socio-cultural life. Soft management of sociocultural integrity, both at the individual and at the social level, is viewed as more organic with reliance on established value-sense complexes. Information viruses are characterized as a variant of information impact, thus forming points of crystallization of moods and models of perception of the world. It is shown that there are transformations from the socio-economic dominant to the socioeconomic rhizomes, from the optimality of the concrete path and the sample to the active search for a complex specialization based on differences in perception and management. Among the peculiarities of mastering the resource-methodological bases of soft management, special attention is paid to the transition to the ability to interest, team (partner and competition) activities, complex specialization.

Key words: sociocultural integrity, transformations, soft management.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 331.5

Галайда Т.О.

старший викладач

Полтавського національного технічного університету
імені Юрія Кондратюка**Теницька Н.Б.**

старший викладач

Полтавського національного технічного університету
імені Юрія Кондратюка**Чорногорська Н.В.**головний керуючий директор
INVС, LLC, Меріленд, США**НЕСТАНДАРТНІ ФОРМИ ЗАЙНЯТОСТІ ПЕРСОНАЛУ СУБ'ЄКТІВ
ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇХ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ**

У статті розглянуто теоретичні та практичні аспекти застосування нестандартних форм зайнятості. Проведено аналіз зарубіжного досвіду, а також переваг і недоліків розвитку нестандартних та гнучких форм зайнятості. Досліджено сучасні проблеми та перспективи розвитку нестандартних форм використання робочої сили в Україні в умовах інноваційної моделі економіки. Доведено необхідність збалансованих підходів щодо застосування видів нестандартної зайнятості працівників з урахуванням специфіки бізнесу та ефективності економічної діяльності суб'єктів підприємництва в Україні. Розроблені пропозиції щодо напрямів державного та місцевого регулювання нестандартної зайнятості населення, а також щодо застосування суб'єктами підприємницької діяльності в Україні нестандартних та гнучких форм зайнятості працівників. Запропоновано модель розвитку нестандартних форм зайнятості для суб'єктів підприємництва в Україні.

Ключові слова: нестандартна зайнятість, форми зайнятості, ринок праці, робоча сила, персонал, підприємництво, соціальний захист.

В статье рассмотрены теоретические и практические аспекты применения нестандартных форм занятости. Проведен анализ зарубежного опыта, а также преимуществ и недостатков развития нестандартных и гибких форм занятости. Исследованы современные проблемы и перспективы развития нестандартных форм использования рабочей силы в Украине в условиях инновационной модели экономики. Доказана необходимость сбалансированных подходов по применению видов нестандартной занятости работников с учетом специфики бизнеса и эффективности экономической деятельности субъектов предпринимательства в Украине. Разработаны предложения по направлениям государственного и местного регулирования нестандартной занятости населения, а также по применению субъектами предпринимательской деятельности в Украине нестандартных и гибких форм занятости работников. Предложена модель развития нестандартных форм занятости для субъектов предпринимательства в Украине.

Ключевые слова: нестандартная занятость, формы занятости, рынок труда, рабочая сила, персонал, предпринимательство, социальная защита.

Постановка проблеми. Швидкоплинні зміни у сфері соціально-трудових відносин та управління персоналом, які викликані глобалізацією і соціальними перетвореннями, зміна умов і правил ведення бізнесу серед суб'єктів підприємницької діяльності, а також зміни і прояви наявних проблем правового регулювання праці є причинами виникнення нестандартних форм організації та видових проявів зайнятості серед найманих працівників суб'єктів підприємництва, самозайнятих осіб та населення України загалом.

Нестандартні форми зайнятості є оберненим терміном для різних механізмів зайнятості, які відхиляються від стандартної зайнятості. Вони включають тимчасову роботу, роботу за сумісництвом і за викликом, тимчасову роботу агентства та інші багатопартійні трудові відносини, а також замасковану роботу і всі види самостійної зайнятості населення. Збільшення масштабів нестандартних форм зайнятості у світі в останні кілька десятиліть було зумовлене різними чинниками, зокрема такими як демографічні зрушення, регулювання ринку

праці на різних рівнях, макроекономічні коливання і технологічні зміни. Інколи нестандартні форми зайнятості враховували такі зміни і давали змогу більшій кількості працівників інтегруватися в ринок праці, а інколи – виникали проблеми для умов праці та продуктивності економічної діяльності, правової й соціальної захищеності робочої сили, а також для загальної ефективності ринків праці, економіки та суспільства загалом.

Підтримка гідної роботи для всіх вимагає глибокого розуміння нестандартних, або, як їх ще називають, нетипових форм зайнятості та її можливих як позитивних, так і негативних наслідків. Мета функціонування соціально-трудових відносин в Україні на засадах соціального партнерства та соціальної відповідальності полягає у забезпеченні захисту працівників, стійкості бізнес-середовища, успішної підприємницької діяльності та розвитку ринку праці. Отже, постає проблема дослідження перспектив та необхідності розроблення раціональних підходів до підтримки і розвитку нестандартних форм зайнятості населення в Україні на основі вивчення кращих світових практик.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженню теоретичних і практичних аспектів регулювання нестандартної зайнятості присвятили свої праці численні науковці в галузі економіки, права, менеджменту, державного управління, а також практики, предметом діяльності яких є регулювання зайнятості. працевлаштування, управління персоналом.

Так І.В. Лагутіною [1] аналізується проблема законодавчого врегулювання правовідносин між роботодавцями і працівниками, що працюють за нетиповими формами зайнятості. Л.П. Давидюк [2] досліджує об'єктивний зв'язок між динамічним розвитком нестандартних форм зайнятості у світі і наслідками трансформації міжнародного ринку праці. О.В. Жадан [3] подає узагальнення сутнісних характеристик нестандартної зайнятості населення та аналіз причин і наслідки розповсюдження нестандартної зайнятості на національному ринку праці. О.М. Руденко [4] здійснив SWOT-аналіз застосування нестандартних форм зайнятості на підприємстві. О.О. Пастушенко [5] дослідив наслідки розвитку закордонного досвіду нестандартних форм зайнятості для різних суб'єктів соціально-трудових відносин. М. Шефер та О. Гетьман [6] дослідили особливості та провели порівняльний аналіз нестандартної зайнятості в ЄС і Україні, Л.П. Гук [7; 8] досліджує аспекти застосування гнучких форм зайнятості та використання робочого часу працівників.

Незважаючи на досить широке висвітлення проблем розповсюдження та регулювання нестандартних форм зайнятості у наукових працях, деякі аспекти розвитку та раціонального запровадження нестандартних форм організації зайнятості працівників суб'єктів підприємництва в Україні досі залишаються недостатньо дослідженими.

Метою дослідження є аналіз наявних проблем та пошук оптимальних рішень щодо раціонального застосування і підтримки розвитку нестандартних форм зайнятості в підприємницькій діяльності в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Концепція гнучких форм зайнятості є відносно новою в практиці різних країн світу і необхідна для оптимізації кількості робочих годин, часу початку і закінчення робочого дня, створення гнучких робочих місць, тобто в широкому сенсі слова вона включає нестандартні форми зайнятості. Стандартною або типовою вважається повна зайнятість – зайнятість працівника за нормою робочого часу, передбаченою згідно із законодавством, колективним або трудовим договором (ч. 1. ст. 1 Закону України про зайнятість населення). Це – наймана праця на умовах повного робочого часу на основі безстрокового трудового договору. За зміни хоча б однієї з перелічених умов доцільно говорити про нестандартну зайнятість [9].

Нестандартна зайнятість, визначена Міжнародною організацією праці (МОП), включає в себе чотири різних типи зайнятих найманих працівників, які відхиляються від стандартних трудових відносин. До них відносяться тимчасова зайнятість (випадкова робота і термінові контракти); робота на неповний робочий день і організація роботи за викликом; тристоронні трудові відносини (тимчасова робота агентства та інші форми брокерської діяльності або розсилки робочої сили) і замасковані трудові або залежні відносини для самостійної роботи (де працівники юридично класифікуються як самозайняті, а хтось інший керує їхньою роботою) [10].

До нестандартних форм зайнятості відносять: повну зайнятість; неповну зайнятість, тимчасових працівників; зайнятих на засадах вторинної зайнятості; зайнятість на основі договорів цивільно-правового характеру; надомну працю; працю за викликом; дистанційну зайнятість; позикову працю (лізинг персоналу, аутстафінг персоналу, аутсорсинг персоналу); неформальну зайнятість; нересторовану зайнятість у неформальному секторі. На підвищення попиту на нестандартні форми зайнятості впливають особливості виробництва в постіндустріальну епоху, глобалізація,

розвиток міжнародної сфери послуг, розвиток ІТ-технологій тощо. Використання нестандартних форм зайнятості має позитивні і негативні риси [2, с. 33].

З теоретичної позиції погляди на стандартність зайнятості змінювалися залежно від умов соціально-економічного розвитку суспільства. Швидко зростаючому сектору послуг були потрібні інші працівники: що працюють у гнучкому часовому режимі, за тривалістю або менше, або довше передбачених законодавством норм; більш мобільні і в разі необхідності простіше звільнювані, оскільки мають лише тимчасовий трудовий контракт; такі, що поєднують виконавські та підприємницькі функції, тощо. Схожий характер має і попит на працю з боку малих підприємств, роль яких у сучасній економіці постійно зростає [3, с. 2–3].

На відміну від країн Західної Європи та США, в Україні практично немає чисто лізингових компаній, які пропонують у лізинг фахівців із числа своїх штатних співробітників. На практиці, звичайно, є ситуації, коли та чи інша організація дійсно передає своїх штатних фахівців партнерським компаніям для виконання тимчасових робіт. З практики рекрутингових агентств, які натеper в Україні виконують функції лізингових компаній, видно, що найбільшим попитом на ринку лізингу персоналу користуються фахівці у сфері організації продажів, технічний персонал, а також офісні співробітники [5, с. 21].

Роботодавці в країнах, що розвиваються, і розвинених країнах повинні скорочувати використання стандартизованої зайнятості, пов'язаної з високими витратами на податки і соціальне забезпечення, і вважають за краще використання нестандартних працівників, найнятих на умовах тимчасових контрактів, використання яких не тягне значних фінансових витрат.

В Україні найбільш розвинутою є позикова праця, в якій робітник, найнятий одним роботодавцем, передається в розпорядження іншого. У тимчасових умовах у межах позикової праці виділяють аутсорсинг, лізинг персоналу й аутстафінг.

У ЄС форми зайнятості диференційовані залежно від того, чи відносяться вони до співробітників або до індивідуальних підприємців і фрілансерів; вони можуть також розглядатися обома групами [6].

Для багатьох країн позикова праця продовжує залишатися новою формою зайнятості. У цьому зв'язку національні статистичні комітети поки ще не включили цей різновид зайнятості в статистичну звітність. Тому під час аналізу сфери позикової праці багато дослідників

стикаються з проблемою невисокої якості наявної інформації, що приводить до неточності одержуваних оцінок. Лідером зі споживання позикової праці є США. За ними йдуть Японія і Великобританія. Однак у багатьох європейських країнах позикові працівники оплачуються нижче, ніж інші категорії працівників.

Розвиток новітніх нетипових форм зайнятості в європейських країнах неухильно збільшується, і, за різними оцінками, сьогодні такі форми вже охоплюють 25–30 відсотків робочої сили. В Україні важко оцінити справжню кількість зайнятих у телероботі. Якщо в США, Канаді, ЄС майже щороку проводяться дослідження телероботи та її впливу на економіку країн як на державному, так на недержавному рівні, то в Україні вони відсутні. Через це телеработники нерідко опиняються виключеними з систем надання певних пільг і переваг, відчувають послаблення схем їх соціального захисту, оскільки останні ґрунтуються на моделі традиційної зайнятості, яка законодавчо врегульована [11, с. 90].

На кінець 2017 року в США рівень безробіття досяг найнижчої позначки за 44 роки. Ринок праці зараз майже повністю зайнятий, при цьому рівень безробіття становить усього 4,2%. Кількість робочих місць у приватному секторі американської економіки загалом за підсумками травня зросла на 147 тисяч, натомість апарат держслужбовців скоротився на 9 тисяч осіб. Це відбулося за рахунок створення сотень тисяч робочих місць в основному у сфері послуг, ІТ-сфері та будівництві. Застосування лише стандартних і негнучких форм зайнятості унеможливило б таку позитивну динаміку [12].

Ринок праці США взагалі відрізняється відкритістю (легко як знайти роботу, так і втратити її), гнучкістю (застосуванням різноманітних форм зайнятості), відносно низьким рівнем безробіття, а також і невисоким рівнем соціального захисту працівників. Динамічний розвиток, який також притаманний американському ринку праці, характеризується створенням значної кількості робочих місць. Частка економічно активного населення в його загальній кількості досить значна. Рівень зайнятості населення у 2017 році становив 60,1%, рівень безробіття – 4% [13].

В Україні рівень зайнятості в 2017 році за методологією МОП становив 56,1%, рівень безробіття – 9,9% [14].

За даними Бюро статистики праці США, кількість людей, що зайняті неповний робочий день з економічних причин, у 2017 році значно скоротилася з 2010 року і становить 4,9 млн осіб (3,2% від загальної кількості зайнятих).

У США широко розповсюджені нестандартні форми зайнятості, які називають нетрадиційними формами з нестандартними умовами наймання і праці. Вони, на думку американських роботодавців, допомагають скоротити витрати на найману працю, ефективно використовувати робочий час та уникати проблем із профспілками. Водночас соціальна незахищеність за таких форм зайнятості є вже проблемою працівників. Водночас тимчасова зайнятість є найбільш прийнятним варіантом для виконання конкретного обсягу робіт і здійснюється за трудовим контрактом. Часткова (неповна) зайнятість у США – це зайнятість зі скороченим обсягом тижневого трудового навантаження (менше 35 годин). Висококваліфіковані фахівці та працівники вільних професій надають перевагу роботі за індивідуальними угодами. Є категорія працівників «за викликом», тобто тих, хто залучається за виникнення виробничої необхідності, наприклад, у періоди пікового попиту на певні роботи чи послуги. Досить широке розповсюдження має практика найму працівників через приватні агенції зайнятості, які надають компаніям в оренду необхідних за професією та кваліфікацією фахівців, що економить кошти на їх підготовку (лізинг персоналу). Частина американців працюють на декількох роботах, тобто є сумісниками. Для більш ніж 30% працівників практикуються гнучкі форми зайнятості, у яких часто зацікавлені самі працівники, насамперед жінки та студенти, а також ті особи, що прагнуть поєднувати роботу з життєвими планами та обов'язками (баланс між роботою та життям). Розповсюдження гнучких форм зайнятості та гнучких графіків робочого часу є ознакою значної гнучкості ринку праці США, що дає змогу компаніям успішно конкурувати на світовому ринку [13].

У США обговорення нестандартної зайнятості викликає низку критичних дослідницьких питань. Первинне питання стосується якості нестандартних форм і того, як вони співвідносяться зі стандартними формами зайнятості для окремого працівника. Така оцінка передбачає виявлення наслідків невиконання зобов'язань за характером та обсягом витрат та вигод, що виникають. Для працівників є також пропонувані переваги нестандартних договорів про зайнятість, в тому числі більша автономія, збільшення потенціалу заробітку, гнучкість та більший контроль над рівнем праці та життя, що дає працівникам змогу збалансувати робочі та сімейні зобов'язання. Організації отримують вигоду від того, що стандартні механізми знаходяться за межами звичайних положень та захисту стандарту управління, тим самим даючи змогу економії коштів та

можливість швидко адаптуватися до змін умов. З цього погляду нестандартна зайнятість розглядається як нестабільна та потенційно неякісна зайнятість. Ці занепокоєння набувають більшого значення, коли їх бачать у контексті збільшення кількості людей, що перейшли в нестандартну зайнятість, як частини процесу повної зайнятості, що перетворюється на нестандартні роботи, оскільки організації все більше використовують аутсорсинг та тимчасове використання агентством. Критики бачать ці тенденції як частину більш широкого нового підходу до управління роботою, яка збільшує продуктивність праці шляхом збільшення витрат на працівників і ризиків використання такої робочої сили [15].

В ЄС у зв'язку з новими трудовими відносинами, які відрізняються від традиційних форм, з'являються дві нові форми зайнятості: спільне використання співробітників і розподіл роботи. Останнім часом розвиваються такі нестандартні види зайнятості, як тимчасове управління, випадкова робота, мобільна робота з використанням ІТ-технологій, ваучерна робота, портфельна робота, одночасне дистанційне працевлаштування, спільна робота. В країнах ЄС регулювання нестандартних форм зайнятості юридично обґрунтовано [6].

У сучасному глобалізованому світі диверсифікація відносин зайнятості перетворюється на важливу конкурентну перевагу. Від неї багато в чому залежить здатність ринку праці успішно пристосовуватися до стрімких змін в економічному, соціальному та інституційному середовищі. Але диверсифікація відносин зайнятості негативно пов'язана з жорсткістю трудового законодавства [3, с. 7].

Кількісне і якісне зростання нетипових форм праці відбулося в Західній Європі та Сполучених Штатах Америки в 70-х роках минулого століття, але визнання правом існування нестандартних трудових відносин відбулося лише в кінці 1990-х – на початку 2000-х років у нормативних актах Міжнародної організації праці (приміром, Конвенція № 181 «Про приватні агентства зайнятості»). У 2008 році було прийнято Директиву ЄС про працю в агентствах тимчасової зайнятості № 2008/104/ЄС [9].

Згідно з дослідженнями МОП, близько половини всіх працюючих у світі зайняті поза стандартними трудовими відносинами з роботодавцями. Лише 25% працюють на постійних контрактах, 35% є самозайнятими, 13% працюють за тимчасовими контрактами або за контактами з фіксованим терміном, 12,3% зайняті в неформальному секторі. Водночас, за даними останньої доповіді МОП, за нестандартних форм зайнятості спостерігається зна-

чний дефіцит гідної праці. Відзначається розширення використання нестандартних форм зайнятості (NSFE), що включають тимчасову працю, часткову зайнятість, тимчасову запозичену працю, працю на умовах субпідряду, залежні форми самозайнятості та приховані трудові відносини [10].

Звичайно, нестандартні умови праці можуть надати працівникам доступ на ринок праці, але поруч із певною гнучкістю у відносинах працівників і роботодавців багато форм NSFE також позбавляють працівників певних гарантій на робочих місцях. Зростання нестандартної зайнятості підтверджує як інтерес до неї з боку роботодавців, так і достатню продуктивність таких працівників для кожного конкретного суб'єкта підприємництва: в умовах безробіття може не бути кращих альтернатив.

Для працівників нетрадиційні форми зайнятості забезпечують:

- можливість створювати кращий баланс між сім'єю і роботою;
- раціональне використання часу праці та відпочинку;
- можливість здобувати освіту;
- зайнятість для представників соціально незахищених груп населення;
- можливість підтримувати рівень своєї кваліфікації і працездатності;
- можливість поєднання роботи з іншими видами діяльності [4, с. 104].

До активних заходів управління трудовим потенціалом України належать гнучкі форми зайнятості. Сутність цих гнучких форм (ГФЗ) полягає у наданні найманому працівникові можливостей вибору між вільним і робочим часом як за кількістю часу, так і за режимом його використання. Такі форми гнучкої зайнятості відіграють суттєву роль у вирішенні проблем безробіття за рахунок використання тієї самої чисельності робочих місць для більшої кількості працівників. Інвестиційна активність держави дає змогу створювати нові робочі місця в легальному секторі економіки, але існування і функціонування українського приватного сектору відбувається в умовах жорсткої фінансової та податкової політики, а також високої бюрократичної заорганізованості. Неформальна ж зайнятість дає змогу уникнути фінансового контролю держави. Крім того, неформальна зайнятість створює додаткові робочі місця, які через відсутність капіталу і високого рівня фінансових платежів легально виникнути не можуть. нелегальний сектор, будучи самостійним сегментом ринку праці, створює робочі місця, тобто впливає на стан зайнятості населення, знижуючи тим самим напруженість на ринку праці; розширює ринок

товарів і послуг; створює базу для розвитку малого бізнесу.

Розвиток ІТ-нестандартної зайнятості значною мірою залежить від розвитку підприємницької діяльності та самозайнятості [8, с. 282].

Серед переваг і відкритих можливостей для застосування NSFE в Україні можна відзначити: швидке реагування на зміну кон'юнктури ринків праці; зниження рівня безробіття; залучення до роботи кваліфікованих професіоналів; можливості створення нових робочих місць та збереження наявних в умовах кризи; оптимізацію витрат на персонал; зростання ефективності праці і, як результат, підвищення економічних і фінансових показників та конкурентоспроможності бізнесу.

Серед загроз і негативних наслідків – недосконалість законодавчої бази (новий КЗП досі не прийнято); нехтування роботодавцями соціального захисту працівників; відсутність контролю за умовами праці; зниження лояльності і мотивації персоналу, низький рівень корпоративної культури і, як результат, погіршення якості праці та, відповідно, зниження рівня конкурентоспроможності бізнесу. Утримувати баланс за таких обставин доволі складно.

Нестандартна зайнятість створює ризики для працівників, фірм, ринків праці та суспільства, оскільки NSFE, особливо коли це не є добровільним, може збільшити незахищеність працівників. Тоді як певні небезпеки можуть також бути присутніми в стандартних трудових відносинах, вони менш поширені, ніж у різних формах нестандартної зайнятості [10].

Критеріями оцінки ефективності регулювання нових форм зайнятості є: забезпечення гарантій зайнятості, забезпечення прав працівників і роботодавців, гідний рівень оплати праці, взаємодія суб'єктів трудових відносин на принципах соціального партнерства, соціальна стабільність у суспільстві. Від ефективності регулювання в Україні позикової праці і нестандартної зайнятості як найбільш складних і суперечливих явищ у сучасній сфері праці буде залежати добробут самих працівників, ступінь гнучкості і цивілізованості трудових відносин [5, с. 24].

Програма розвитку нестандартних форм зайнятості на рівні підприємства дасть змогу раціонально використовувати трудовий потенціал та залучати талановитих професіоналів, що підвищить ефективність інноваційної діяльності [4, с. 105].

Дослідники з Університету Мельбурна оцінюють реальний вплив «нестандартних» форм зайнятості на працівників на тлі зростаючої стурбованості з приводу випадкових і контрактних трудових відносин. Як правило, випадкові,

термінові і субпідрядні механізми зайнятості пов'язані з відсутністю роботи, непередбачуваними робочими годинами й обмеженими можливостями для просування по службі, але дослідницька група також виявляє, що вони можуть бути важливою точкою входу на ринок праці, а для деяких краще поєднуватися з особистими уподобаннями [16].

Широке використання можливостей ІТ-технологій та Інтернету поза офісом компанії дає змогу створити «гнучкий робочий графік» і більш оптимізовано використовувати робочі години. Роботодавець, який дозволяє співробітникам працювати вдома, може активно впливати на структуру своїх виробничих витрат [7].

В Україні недостатньо використовуються гнучкі форми зайнятості. Це передусім зумовлено галузевою структурою економіки країни, де превалюють галузі важкої промисловості з цілодобовим режимом роботи. Однак із поступовою зміною галузевої структури та зі збільшенням питомої ваги галузей обслуговування впровадження гнучких форм зайнятості отримуватиме розширення такої бази.

Потенціал зростання економічної ефективності, пов'язаної з ІТ-технологіями, є у сфері наукової і науково-технічної діяльності потужним стимулом використання дистанційного режиму праці. Відігравати велику роль у створенні плавного переходу до дистанційного режиму праці має вивчення й оприлюднення результатів роботи підприємств, що використовують цей новий стиль роботи. Постає нагальна необхідність прийняття Закону про телероботу та внесення доповнень до КЗпП щодо дистанційного режиму праці [7].

Підприємці, які пропонують гнучкі форми зайнятості, мають більше конкурентних переваг на ринку праці серед потенційних працівників, у тому числі висококваліфікованих.

Незважаючи на високу ефективність цього нематеріального стимулу, вільний режим роботи підходить не для всіх. Робота за гнучким графіком вимагає високого рівня самоорганізації, відповідальності, внутрішньої дисципліни, компетентності та професіоналізму, знання технік тайм-менеджменту, щоби правильно розставити пріоритети та виконати всі поставлені завдання і види робіт якісно й своєчасно. Неприйнятним є застосування такого режиму на підприємствах із надто жорсткою організаційно-управлінською структурою, а також за відсутності критеріїв оцінки результатів діяльності чи ключових показників результативності праці. Для підвищення ефективності підприємницької діяльності необхідно удосконалювати структуру використання робочого часу, раціоналізувати режими праці та відпочинку, роз-

робляти програми управління ефективністю праці. Підвищення ефективності використання робочого часу, зниження трудомісткості економічних результатів бізнесу неможливе без активної співпраці керівництва (власників) та трудового колективу, дієвої системи мотивації праці, належного стану охорони праці, трудової дисципліни, здорового соціально-психологічного клімату, системи корпоративної етики і соціальної відповідальності сторін.

У майбутньому очікуються подальші соціальні інновації у сфері працевлаштування:

- державно-приватні партнерства для створення робочих місць;
- інноваційні форми гнучкості роботи у поєднанні з соціальними технологіями спостереження, реєстрації і контролю за умовами праці та безпекою;
- поширення аутсорсингу, аутстафінгу та лізингу персоналу;
- модернізація соціального діалогу;
- розширення напрямів та вдосконалення інструментів активної політики зайнятості:

а) комплексна програма професійної орієнтації;

б) інноваційна технологія транзиту молоді на ринок праці;

в) сприяння соціальній та професійній реабілітації безробітних;

г) програми активного залучення економічно неактивного населення;

д) ваучерні технології в професійному навчанні;

е) стимулювання професійної та територіальної мобільності;

ж) модернізація створення інноваційних робочих місць, тобто телекомунікацій на основі онлайн-комунікацій, домашня робота та співпраця [6, с. 210].

Для суб'єктів підприємництва України, що виявляють бажання та мають причини й передумови використовувати, хоча б частково, нестандартні форми зайнятості працівників, можна запропонувати типову програму їх розвитку (рис. 1).

Напрямами формування політики підвищення якості нестандартних робочих місць на державному рівні повинні бути:

1) усунення прогалин нормативно-правової сфери щодо рівних прав і можливостей працівників незалежно від форми організації праці та зайнятості і режимів робочого часу;

2) забезпечення контролю за умовами та способами використання найманої праці, дотримання принципів соціальної відповідальності сторонами соціально-трудових відносин;

3) вдосконалення механізму ведення соціального діалогу;



Рис. 1. Програма розвитку нестандартних форм зайнятості для суб'єкта підприємницької діяльності

Джерело: складено авторами

4) надання системі соціального захисту більшої гнучкості і водночас гарантії базового рівня соціального захисту працівників за застосування нестандартних форм зайнятості;

5) сприяння реалізації прийнятих положень політики зайнятості та соціальної політики з метою сприяння збереженню та створенню нових робочих місць, приділення уваги системі балансу між роботою і життям (навчання, сім'я, розвиток особистості, творчість, захоплення, піклування про здоров'я).

На місцевому рівні основним напрямом регулювання нестандартної зайнятості повинно стати колективне договірне регулювання соціально-трудових відносин і координація інтересів їх суб'єктів у системі соціального партнерства.

У сучасних умовах розвитку інноваційної моделі економіки в Україні неможливе забезпечення усіх економічно активних громадян «стандартними» робочими місцями, але є всі можливості забезпечення гідними умовами праці, які сприяють продуктивній зайнятості, забезпечують стабільний дохід, безпеку і комфорт на робочому місці, соціальний захист працівника.

Висновки з проведеного дослідження. Успішна діяльність суб'єкта підприємництва може бути здійснена в адекватному інституційно-правовому середовищі не лише щодо забезпечення господарської діяльності, але й щодо соціально-правового регулювання умов ведення бізнесу.

Нестандартні форми зайнятості будуть продовжувати розвиватися в міру розвитку світового ринку праці. Регулювання за допомогою національного законодавства, колективних переговорів і комплексних систем соціального захисту є ключем до забезпечення того, щоб нестандартна зайнятість асоціювалася з гідною роботою в інтересах як працівників, так і підприємців.

Основними факторами інноваційної трансформації форм, видів і умов зайнятості є здорове конкурентне середовище на ринку праці, правові форми співробітництва, довіра між соціальними партнерами, застосування новітніх наукових і технологічних досягнень, глобальна сертифікація персоналу, підтримка інноваційного вектору розвитку економіки України

Врахування сучасних світових практик управління зайнятістю, тенденцій розвитку ринку праці, системи соціально-трудових відносин, корпоративної культури, концепції соціальної відповідальності держави, бізнесу та працівників стає запорукою підвищення конкурентоспроможності суб'єкта підприємництва.

Список використаних джерел:

1. Лагутіна І.В. Нестандартні форми зайнятості та особисті немайнові трудові права працівників. 2014. / І.В. Лагутіна // Право і суспільство. 2014. № 5.2. С. 156–161. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pis_2014_5_2_36
2. Давидюк Л.П. Нестандартні форми зайнятості в системі трансформації міжнародного ринку праці / Л.П. Давидюк // Економічний аналіз. 2015. Т. 20. С. 30–34. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/esan_2015_20_6

3. Жадан О.В. Причини та наслідки поширення нестандартної зайнятості на національному ринку праці / О.В. Жадан // Теорія та практика державного управління. 2014. Вип. 3. С. 117–124. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpdu_2014_3_18
4. Руденко О.М. Пропозиції щодо розвитку нестандартних форм зайнятості в інноваційних сферах діяльності / О.М. Руденко // Економіка та держава. 2017. №. 3. С. 102–105.
5. Пастушенко О.О. Закордонний досвід нестандартних форм зайнятості у сфері соціально-трудових відносин / О.О. Пастушенко // Вісник Одеського національного університету. Економіка. 2013. №. 18, Вип. 3 (3). С. 21–24.
6. Schaefer M. Preconditions of non-standard employment in the EU and Ukraine: comparative analysis / M. Schaefer, O. Hetman // Економічний вісник університету. 2017. №. 33 (1). С. 200–211.
7. Гук Л.П. Встановлення гнучкого режиму робочого часу та запровадження дистанційного режиму праці: можливості й ризики / Л.П. Гук, ЦНТУ, 2016, URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/84825914.pdf>
8. Гук Л.П. Прогнозування та регулювання розвитку нестандартної зайнятості в Україні / Л.П. Гук // Бізнес Інформ. 2014. № 4. С. 278–283. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_4_49
9. Кохан В.П. Нестандартна зайнятість в Україні: виклики часу / В.П. Кохан // Право та інноваційне суспільство. 2013. Вип. 1. С. 173–187. URL: http://apir.org.ua/wp-content/uploads/2014/11/kokhan_ua.pdf
10. European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. (2017). Non-standard forms of employment: Recent trends and future prospects. Dublin: Author. URL: <https://digitalcommons.ilr.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1629&context=intl>
11. Римар Б.А. Новітні форми зайнятості: практика застосування / Б.А. Римар // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право. 2016. № 37 (2). С. 88–91.
12. Рівень безробіття в США досяг мінімальної позначки за 44 роки. URL: <https://mind.ua/news/20177700-riven-bezrobittya-v-ssha-dosyag-najnizhchoyi-poznachki-za-44-roki>
13. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України, URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
14. Evan Cunningham, Great Recession, great recovery? Trends from the Current Population Survey, Monthly Labor Review, U.S. Bureau of Labor Statistics, April 2018, URL: <https://doi.org/10.21916/mlr.2018.10>
15. Walker B. et al. How does non-standard employment affect workers?: A consideration of the evidence // New Zealand Journal of Employment Relations. 2011. Т. 36. №. 3. С. 15.
16. Mooi-Reci, I, and Wooden, M, 'Casual Employment and Long-term Wage Outcomes', Paper presented at the Conference of the European Society of Population Economics, Berlin, June 16-18, 2016, and the Australian Conference of Economists, Adelaide, July 11-13, 2016.

Galayda T.A., Tenytska N.B., Chernogorska N.V.

NON-STANDARD FORMS OF EMPLOYMENT OF PERSONNEL OF THE SUBJECTS ENTREPRENEURSHIP AND PROSPECTS FOR THEIR DEVELOPMENT IN UKRAINE

The article considers the theoretical and practical aspects of application of non-standard forms of employment. Non-standard forms of employment are a reciprocal term for various employment patterns that deviate from standard employment. They include temporary work, part-time and on-call work, agency temporary work and other multi-party labor relations, as well as masked work and all types of self-employment. The increase in non-standard forms of employment in the world over the past decades has been caused by various factors, including demographic changes, labor market regulation at various levels, macroeconomic fluctuations and technological changes. From a theoretical point of view, the views on the standard of employment varied depending on the conditions of socio-economic development of society. The analysis of foreign experience, as well as advantages and disadvantages of development of non-standard and flexible forms of employment is conducted. The modern problems and perspectives of development of non-standard forms of labor use in Ukraine under conditions of innovation model of economy are explored. The necessity of balanced approaches to the application of types of non-standard employment of employees is proved, taking into account the specifics of business and the efficiency of economic activity of business entities in Ukraine. Flexible forms of employment are not sufficiently used in Ukraine. This is primarily due to the sectoral structure of the country's economy. Successful activity of the subject of entrepreneurship can be carried out in an adequate institutional and legal environment, not only in terms of economic activity, but also in the socio-legal regulation of business conditions. Non-standard forms of employment will continue to evolve as the world labor market develops. The model of development of non-standard forms of employment for entrepreneurs in Ukraine is offered.

Key words: non-standard employment, forms of employment, work, labor market, personnel, entrepreneurship, social protection.

Клімова О.І.кандидат економічних наук
Донецького державного університету управління
(м. Маріуполь)**Хороших В.В.**кандидат наук з державного управління, доцент,
завідувач кафедри маркетингу
Донецького державного університету управління
(м. Маріуполь)

МЕТОДОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОМИСЛОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

У статті досліджено теоретико-методичні аспекти управління конкурентоспроможністю інноваційних промислових технологій підприємств машинобудування. Уточнено поняття конкурентоспроможності інноваційної промислової технології та визначено фактори, що впливають на неї. Визначено елементи конкурентоспроможності інноваційних промислових технологій машинобудівних підприємств та критерії її оцінки. Обґрунтовано методологію управління конкурентоспроможністю інноваційних промислових технологій підприємств машинобудівної галузі.

Ключові слова: конкурентоспроможність, машинобудування, підприємства, інноваційні промислові технології, методологія, управління.

В статье исследованы теоретико-методические аспекты управления конкурентоспособностью инновационных промышленных технологий предприятий машиностроения. Уточнено понятие конкурентоспособности инновационной промышленной технологии и определены факторы, влияющие на нее. Определены элементы конкурентоспособности инновационных промышленных технологий машиностроительных предприятий и критерии ее оценки. Обоснована методология управления конкурентоспособностью инновационных промышленных технологий предприятий машиностроительной отрасли.

Ключевые слова: конкурентоспособность, машиностроение, предприятия, инновационные промышленные технологии, методология, управление.

Постановка проблеми. Для сучасного стану вітчизняної промисловості та машинобудівного комплексу зокрема, однією з найважливіших проблем є низький рівень конкурентоспроможності продукції. І це навіть незважаючи на те, що ряд видів вітчизняного обладнання за своїми параметрами не тільки не поступається, але і зазвичай перевершує науково-технічний рівень зарубіжних аналогів.

Ситуація у машинобудуванні погіршується ще й тим, що на даний момент економіка України розвивається у складних зовнішніх і внутрішніх умовах, які зумовлені падінням обсягів експорту, зміною зовнішніх експортних ринків, трансформацією національної економіки, низькими цінами на сировину на світових ринках, впливом конфлікту на Донбасі та імплементацією Угоди про Асоціацію між Україною та країнами ЄС [1]. Стрімко скоротилися інвестиції у фундаментальну та прикладну науку, що негативно позначається на рівні та якості наукоємної продукції. Так, якщо на початку

1990-х років вітчизняне машинобудування відставало від економічно розвинених країн на одне технологічне покоління, тобто на 10 – 15 років, то наразі цей розрив збільшився до півтора-двох поколінь [2].

Сучасна економічна парадигма об'єктивно виводить на перше місце проблему конкурентоспроможності продукції, яка випускається виробниками. Технічне переозброєння виробництва, підвищення його продуктивності для випуску конкурентоспроможної на міжнародному ринку продукції є важливим завданням вітчизняної економіки.

Машинобудівний комплекс визначає стан виробничого потенціалу будь-якої сучасної держави. У розвинених країнах на частку машинобудування припадає 40-50% загального обсягу промислової продукції. Продукція галузі різна за масовістю випуску. Наприклад, літаків у світі випускається близько 1 тис. на рік, металорізальних верстатів – 1,2 млн, тракторів – 1,3 млн, автомобілів – 40-50 млн, електронної техніки –

150 млн і т. д. [3]. Машинобудування є однією з небагатьох вітчизняних галузей, яка у 2017 році ще не досягла обсягів реалізації продукції 2012 року. Щорічне зниження частки машинобудівної продукції у загальних обсягах промисловості також підтверджує скрутне становище машинобудування [4]. Однією з найважливіших проблем комплексу є низький рівень конкурентоспроможності багатьох видів машин та обладнання. Більшість машинобудівних виробів вітчизняного виробництва поступаються зарубіжним аналогам за якістю та купуються хіба що через відносно дешевизну.

Як відомо, інноваційні проекти характеризуються інформаційною складністю, високим ступенем невизначеності на початкових етапах. Відділ збуту промислового підприємства, яке здійснює інноваційний проект, не завжди має адекватну систему зворотних зв'язків зі своїми покупцями, існують проблеми із придбанням обладнання та комплектуючих для пробного виробництва нової продукції, не завжди відомі стратегії фірм-конкурентів, обсяги планованих ними інвестицій і т. д. Для виживання на ринку, зниження витрат, збільшення доходів та ефективного розвитку підприємству доцільно керуватися певною методологією управління конкурентоспроможністю своїх нововведень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженню проблем конкурентоспроможності промислової продукції та машинобудівних підприємств, формування конкурентної переваги інноваційних технологій присвячені праці О.О.Свеженцева[1], Л.С.Поклонської, П.О.Доуртмеса [2], Н.В. Вецепури, С.В. Прокоф'євої [3], О.Ю. Гусевої, А.М. Яковчук [4], Б.Р. Гвайля, Х. Брукса [5], С.О. Вірич, В.О. Менчакова [6], Т. Адама [7] та ін. У той же час питання методології управління конкурентоспроможністю інноваційних промислових технологій підприємств машинобудування досі залишаються поза межами більшості досліджень.

Метою статті є розробка теоретичних і методичних підходів, що забезпечують управління конкурентоспроможністю інноваційних промислових технологій підприємств машинобудування, для підвищення їх комерційної результативності.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Важливою умовою активізації ринку товарів машинобудування є виробництво конкурентоспроможної продукції. Враховуючи діалектичний взаємозв'язок техніки та технології (немає технології без технічного об'єкта, немає технічного об'єкта без технології) одним із джерел підвищення конкурентоспроможності машинобудівної галузі та, відповідно, її підприємств, є розробка та впровадження у виробництво

конкурентоспроможних інноваційних промислових технологій, які дозволяють отримувати різні за характером, функціями та, відповідно, застосуванням товари, що задовольняють довгострокові потреби споживачів.

Під інноваційною промисловою технологією розуміють радикально нову організацію (сукупність прийомів і способів) виробничого процесу [5, с. 18]. Однак для того, щоб вважати технологію конкурентоспроможною, лише її технологічної переваги недостатньо. Споживач оцінює конкурентоспроможність технології через продукцію, оскільки його не цікавлять тонкощі технологічного процесу, а безпосередню цінність становлять лише його результативність і конкурентоспроможність продукції. Інноваційна промислова технологія з високим науково-технічним потенціалом дозволяє виробляти промислову продукцію із найкращими характеристиками, що мають довгострокову цінність для споживачів, і забезпечує як споживачам, так і виробникам високі комерційні результати.

Для реалізації конкурентоспроможної технології необхідне конкурентоспроможне обладнання, відмінне від обладнання конкурентів продуктивністю, енергозбереженням, безвідмовністю і т. д. Конкурентоспроможність інноваційної промислової технології також багато в чому залежить від можливостей підприємства (наявність необхідних виробничих площ, кваліфікованих кадрів, обладнання, інвестиційних коштів та ін.), яке розробляє та/або впроваджує у виробництво дану технологію, та його інвестиційної привабливості.

Істотною також є роль патентування нововведення, що дозволяє знизити конкуренцію на ринку технологій, а, отже, і ризик підприємств, пов'язаний із нововведенням [6].

Таким чином, на наш погляд, конкурентоспроможність інноваційної промислової технології відображає таке:

1) здатність технології конкурувати з іншими технологіями за якісними показниками, продуктивністю та сукупними витратами, необхідними для організації виробничого процесу;

2) здатність технології виробляти конкурентоспроможну промислову продукцію;

3) наявність у неї потенціалу розвитку, що дозволяє підприємству адаптуватися до дій конкурентів та інших змін зовнішнього середовища.

Конкурентоспроможність інноваційної промислової технології знаходиться у залежності від усіх елементів процесу виробництва, від якості роботи на всіх стадіях доведення інноваційної промислової продукції до споживача, від ефективного використання всіх видів ресурсів.

Факторами, що впливають на конкурентоспроможність інноваційних промислових технологій підприємств машинобудування, є:

- техніко-економічні характеристики технології (якісні показники технології; рівень продуктивності технології; обсяг витрат, необхідний для організації технологічного процесу; наявність у технології потенціалу розвитку; конкурентоспроможність обладнання; ресурсні можливості підприємства; кваліфікований персонал та ін.);
- конкурентоспроможність продукції (науково-технічний рівень продукції; якість; ціна; експлуатаційні витрати на використання продукції за нормативний термін її служби; виробництво точно у строк; можливість виробництва продукції за індивідуальною специфікацією замовника; сертифікація продукції згідно з міжнародними стандартами та ін.);
- рівень сервісних послуг (інформаційне забезпечення покупця при виборі оптимальних параметрів продукції; гарантійне та післягарантійне обслуговування; якість, терміни та вартість технічного обслуговування; навчання персоналу покупця; ін.);
- маркетинговий комплекс (налагоджений індивідуальний підхід до кожного клієнта; доступність та оперативність інформації про підприємство та його продукцію; імідж продукції; імідж керівника; імідж співробітників; імідж партнерів; інше);
- фактори зовнішнього середовища (розмір ринку технології; фаза розвитку попиту на інноваційну продукцію; обсяги платоспроможного попиту можливих сегментів ринку;

вимоги замовника (покупця) до технічного рівня нововведення; конкуренти та інтенсивність конкуренції на ринку нововведень; соціально-економічні фактори зовнішнього середовища; інші).

Управління конкурентоспроможністю є сукупністю заходів, які здійснюються у процесі розробки, виробництва, збуту та післяпродажного обслуговування продукції з метою забезпечення необхідного рівня її конкурентоспроможності та передбачають збалансований вплив на всі основні показники діяльності підприємства виходячи з критерію прибутку.

Управління конкурентоспроможністю інноваційної промислової технології означає підтримання, використання й примноження конкурентних переваг підприємства машинобудування, яке створює та використовує інноваційну промислову технологію, що має потенціал розвитку та дозволяє виробляти номенклатуру конкурентоспроможних виробів у відповідності з потребами споживачів різних сегментів ринку виходячи з критерію максимізації доходів підприємства в умовах розширення випуску промислової продукції.

Таким чином, управління конкурентоспроможністю інноваційних промислових технологій підприємств машинобудування – це складний управлінський процес, який включає в себе управління виробничою, збутовою, фінансовою, інформаційно-рекламною та іншою діяльністю машинобудівного підприємства (рис. 1).

Визначення та вибір найбільш успішної технології є дуже відповідальною справою як для державних органів, що інвестують у створення

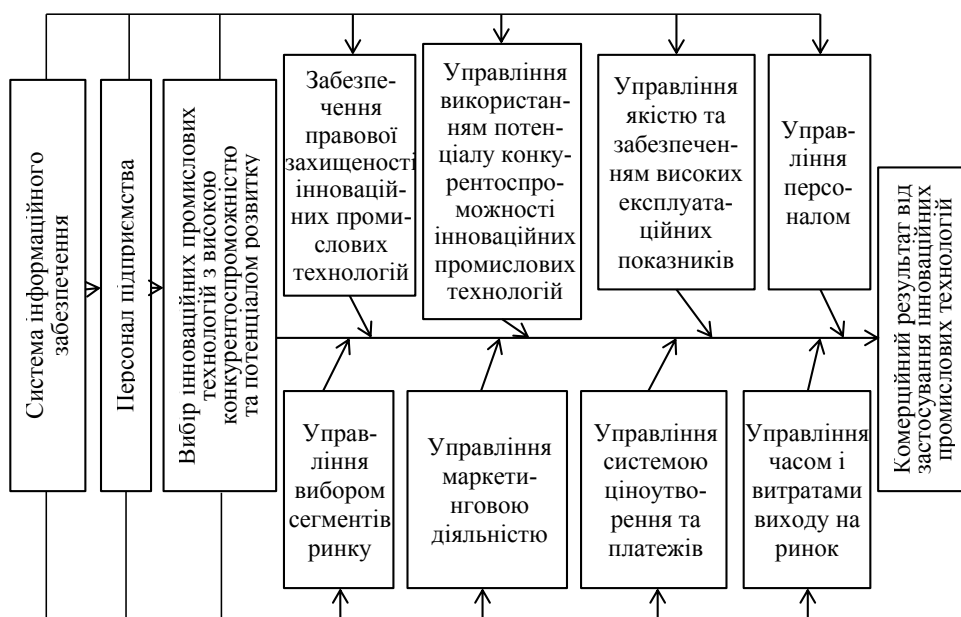


Рис. 1. Система комплексного управління конкурентоспроможністю інноваційних промислових технологій підприємств машинобудування

інноваційної технології, так і для менеджменту підприємства, що здійснює її розробку та впровадження.

Вибір повинен бути заснований на детальному аналізі та порівняльній оцінці альтернативних технічних пропозицій щодо їх реалізованості, економічної ефективності, а також соціально-економічних та екологічних наслідків реалізації проектною пропозиції у кожній конкретній ситуації.

Вибір інноваційних розробок для інвестиційної підтримки повинен спиратися на розуміння, що конкурентоспроможність продукції означає не лише надання товару тих чи інших споживчих властивостей, але і здатність підприємства-розробника реалізувати комплекс маркетингових рішень з управління цією конкурентоспроможністю. Ефективність застосування маркетингу досягається шляхом скорочення ризику при прийнятті управлінських рішень за рахунок зменшення невизначеності впливу факторів зовнішнього середовища та більш ефективного використання ринкових можливостей.

Як свідчить практика та дослідження, для роботи з інноваціями стандартного маркетингового комплексу недостатньо. Складність маркетингу інновацій полягає в тому, що стратегія промислового підприємства будується на задоволенні індивідуальних потреб споживача за рахунок пропозиції йому інноваційних продуктів і послуг, підготовлених на замовлення, які надаються при підтримці спеціальних маркетингових комунікацій. Індивідуальний підхід до роботи з кожним споживачем вимагає скоординованого застосування маркетингу, що дозволяє погоджувати ціни реалізації та закупівлі комплектуючих виробів, враховуючи економічні вимоги та індивідуальні потреби споживачів різних сегментів ринку, і застосовуючи індивідуальні способи просування інноваційної промислової технології.

Оцінку конкурентоспроможності інноваційної промислової технології у вибраному сегменті ринку порівняно з технологіями конкурентів пропонується базувати на співвідношенні якісних характеристик інноваційної промислової технології до вартості обладнання для реалізації даної технології, яка залежить від його терміну служби та продуктивності, та операційних витрат, пов'язаних із виробництвом інноваційної промислової продукції.

З урахуванням зазначених особливостей оцінку фактичного інтегрального показника конкурентоспроможності інноваційної промислової технології у вибраному сегменті ринку порівняно із технологією конкурента пропонується здійснювати за такою формулою:

$$K^* = \sum_{s=1}^N A_s \frac{x_s^*}{x_s^0} / \frac{C^* / T_{cl}^* * Pr^* + Z^*}{C^0 / T_{cl}^0 * Pr^0 + Z^0} > 1, \quad (1)$$

де K – показник конкурентоспроможності інноваційної промислової технології у порівнянні з технологією конкурента;

A_s – вага значущості показника характеристик;

N – кількість показників;

$\frac{x_s^*}{x_s^0}$ – відношення якісних характеристик

інноваційної промислової технології у порівнянні з якісними характеристиками технології конкурента;

C^*, C^0 – ціна устаткування для реалізації інноваційної промислової технології та технології конкурента;

Pr^*, Pr^0 – продуктивність інноваційної промислової технології та технології конкурента за рік служби устаткування інноваційної промислової технології та обладнання конкурента;

T_{cl}^*, T_{cl}^0 – термін служби обладнання для реалізації інноваційної промислової технології та обладнання конкурента відповідно;

Z^*, Z^0 – операційні витрати інноваційної промислової технології та технології конкурента відповідно, пов'язані з виробництвом однієї одиниці продукції.

Даний критерій оцінки може ефективно використовуватися для прийняття рішень щодо інвестиційної підтримки розробок інноваційних технологій на державному рівні у межах державних цільових програм, на рівні регіональних комітетів науки і технологій, на рівні промислових підприємств.

При виборі промислової технології доцільно віддавати перевагу тій інноваційній технології, яка має потенціал розвитку конкурентоспроможності, що при інвестуванні у розвиток інноваційної промислової технології означає приріст її споживчої цінності (поліпшення якісних характеристик, підвищення продуктивності та строку служби, зниження експлуатаційних витрат, розширення функцій тощо). Потенціал конкурентоспроможності інноваційної промислової технології проявляється у прирості обсягу продажів наступного періоду, та введення його в дію фінансується за рахунок прибутку цього періоду.

Управління конкурентоспроможністю інноваційної промислової технології здійснюється з використанням підходів стратегічного маркетингу, що передбачає сегментування ринку, диференціацію товарів та їх обґрунтоване позиціонування на обраних сегментах ринку [7].

В основі концепції ринкової сегментації інноваційної промислової технології слід відзначити, що ринок інноваційної технології повинен розглядатися як сума окремих сегментів, що

відображають специфічні варіації попиту різних категорій споживачів, які виникли внаслідок різноманітних функціональних можливостей технології, а також різних сфер використання виробленої на її базі продукції. Комерційна привабливість ринкового сегмента означає, що даний сегмент характеризується найбільшою ємністю, перспективами росту та максимально можливим платоспроможним попитом на продукцію у порівнянні з іншими сегментами. Межі сегмента визначаються величиною витрат, пов'язаних із адаптацією комплексу ресурсів, які знаходяться у розпорядженні підприємства, до різноманітності та мінливості вимог, що висуваються з боку сегмента.

Після вибору сегмента ринку підприємству необхідно визначити, які характеристики товарів і послуг вимагають і бажають покупці з кожного сегмента, та запропонувати продукцію, яка б задовольняла потреби споживачів краще за конкурентів. Тут необхідний аналіз ряду можливих залежностей, які допоможуть розробити різні комерційні пропозиції для потенційних споживачів у залежності від їх потреб, тим самим, надавши покупцеві можливість вибору

як важливої складової конкурентоспроможності продукції підприємства. Модель формування та реалізації системи конкурентних переваг інноваційної промислової продукції підприємства наведена на рис. 2.

Державну підтримку розробки та впровадження інноваційних промислових технологій необхідно здійснювати у відповідності зі стратегічними планами розвитку вітчизняної промисловості та машинобудівної галузі зокрема, оскільки в умовах неоекономіки основним інструментом формування гнучкої економіки, адаптованої до викликів ринку, є конкурентне технологічне середовище, яке забезпечує можливість відтворення наукомісткої продукції та послуг.

Функції держави у межах управління конкурентоспроможністю інноваційних промислових технологій полягають у:

- інвестиційній підтримці науково-дослідних робіт із розробки інноваційних технологій для потреб машинобудівного комплексу;
- удосконаленні законодавчої бази та зменшенні податкового навантаження на машинобудівні підприємства, що використовують передові технології у процесі виробництва промислової продукції;
- підготовці відповідних кваліфікованих кадрів;
- розвитку сприятливого ринкового середовища для формування попиту та просування інноваційної продукції вітчизняних виробників продукції підприємств машинобудування на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- створенні умов для експорту промислових технологій за рахунок створення відповідної інфраструктури за кордоном.

Отже, комплексний підхід до розробки стратегічних рішень щодо управління конкурентоспроможністю інноваційних промислових технологій підприємств машинобудівної галузі дає можливість обґрунтувати вибір найбільш перспективної промислової технології з метою активізації ринку промислової продукції за рахунок виробництва конкурентоспроможних товарів, оновлення технологічної бази підприємств галузі та підвищення їх конкурентоспроможності.

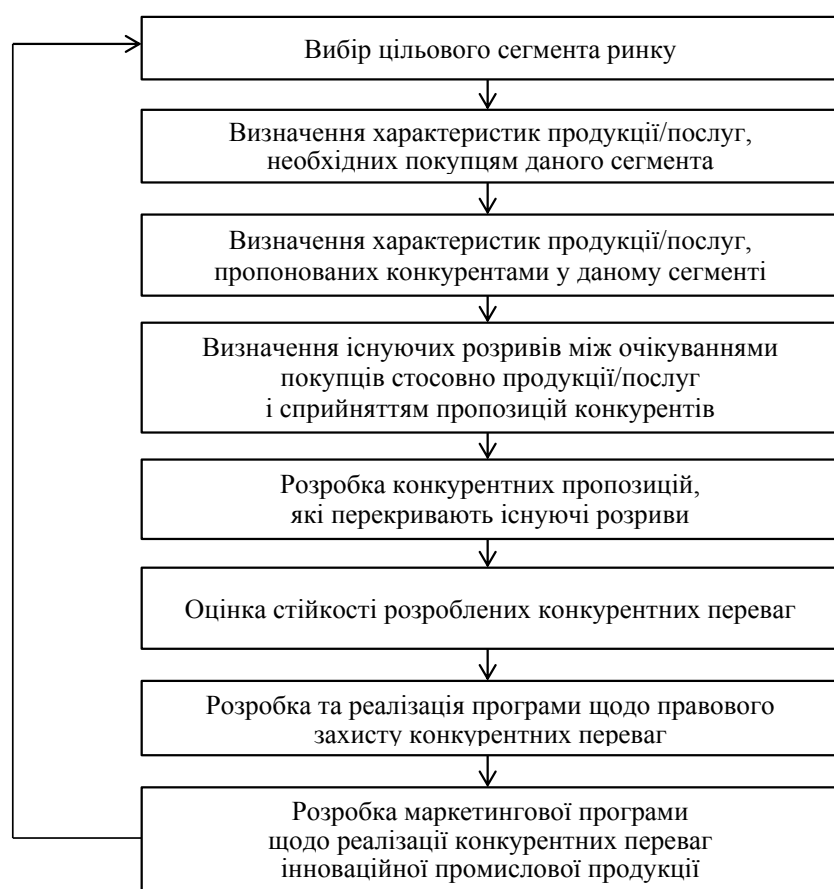


Рис. 2. Модель формування та реалізації системи конкурентних переваг інноваційної промислової продукції підприємства

Висновки з проведеного дослідження.

Застосування конкурентоспроможних інноваційних промислових технологій є важливою умовою ефективності структурних перетворень у виробництві товарів машинобудування. Конкурентоспроможність інноваційної промислової технології відображає: 1) здатність технології конкурувати з іншими технологіями за якісними показниками, продуктивністю та сукупними витратами, необхідними для організації виробничого процесу; 2) здатність підприємств виробляти конкурентоспроможну продукцію; 3) наявність у технології потенціалу розвитку, що дозволяє підприємству швидко адаптуватися до дій конкурентів та інших змін зовнішнього середовища.

Оцінка конкурентоспроможності технології в обраному сегменті ринку порівняно із технологіями конкурентів реалізується на основі співвідношення між якісними характеристиками технології, вартістю обладнання для реалізації даної технології, яка залежить від його

терміну служби та продуктивності, та розміром операційних витрат, які пов'язані із виробництвом інноваційної промислової продукції.

Державна підтримка розробки та впровадження інноваційних промислових технологій підприємств машинобудування має здійснюватися у відповідності зі стратегічними планами розвитку вітчизняної промисловості та машинобудівної галузі зокрема та полягає в інвестиційній підтримці науково-дослідних робіт із розробки інноваційних технологій для потреб машинобудівного комплексу, в удосконаленні законодавчої бази та зменшенні податкового навантаження на машинобудівні підприємства, що використовують передові технології при виробництві промислової продукції, у підготовці відповідних кваліфікованих кадрів, у розвитку сприятливого ринкового середовища для формування попиту та просування інноваційної продукції вітчизняних виробників на внутрішньому й зовнішньому ринках.

Список використаних джерел:

1. Свеженцев О.О. Перспективи розвитку машинобудівної галузі України: формування нової концепції промислової політики / О.О. Свеженцев // Управління розвитком. – 2016. – № 2 (184). – С. 12-19.
2. Поклонська Л.С. Аналіз основних результатів діяльності підприємств машинобудівної промисловості / Л.С. Поклонська, П.О. Доуртмес // Економічний форум. – 2016. – № 3. – С. 225-234.
3. Вецепура Н.В. Питання відновлення машинобудівного комплексу України в умовах розвитку коопераційних зв'язків / Н.В. Вецепура, С.В. Прокоф'єва // Економічний вісник Донбасу. – 2016. – № 3 (45). – С. 158-162.
4. Гусева О.Ю. Стан та структура машинобудівної галузі України в умовах глобальних економічних трансформацій / О.Ю. Гусева, А.М. Яковчук // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2017. – № 4 (22). – С. 26-33.
5. Guile B.R. Technology and Global Industry: Companies and Nations in the World Economy / B.R. Guile, Brooks H. – Washington, D.C.: National Academy Press, 1987. – 272 p.
6. Вірич С.О. Актуальність впровадження інноваційних технологій в промисловість України / С.О. Вірич, В.О. Менчаков // Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону: II Всеукр. наук.-практ. конф. (20 грудня 2012, м. Красноармійськ): тези доп. – Донецьк: «Світ книги», 2012. – Т. 1. – С. 199-203.
7. Adam T. A Strategic Approach to Creating a Powerful and Effective Digital Marketing Strategy / T. Adam // Forbes Agency Council. – March 23, 2017: [Online]. – Access mode: <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil>

Klimova O.I., Khoroshikh V.V.

COMPETITIVENESS MANAGEMENT METHODOLOGY OF INNOVATIVE INDUSTRIAL TECHNOLOGIES OF ENGINEERING ENTERPRISES

The paper studies the theoretical and methodical aspects of competitiveness management of innovative industrial technologies of engineering enterprises.

The modern economic paradigm objectively puts in the first place the problem of competitiveness of products, produced by manufacturers. In order to survive in the market, reduce costs, increase revenues and effective development, it is expediently that an enterprise is guided by a certain methodology of managing the competitiveness of its innovations.

The innovative industrial technology is a radically new organization (a set of techniques and methods) of the production process. The factors influencing the competitiveness of innovative industrial

technologies of engineering enterprises are: technical and economic characteristics of the technology; competitiveness of products; the level of service; marketing mix and external factors.

Competitiveness management of innovative industrial technologies of engineering enterprises is a complex management process, which includes management of production, sales, financial, information and advertising and other activities of engineering enterprises.

The estimation of innovative industrial technology competitiveness in the selected segment of the market in comparison with the technologies of competitors is proposed to be based on the relation of the quality characteristics of innovative industrial technology and the cost of equipment for the implementation of this technology, which depends on its service life and productivity, and operating costs associated with the production of innovative industrial products.

An integrated approach to the development of strategic solutions to manage the competitiveness of innovative industrial technologies of the engineering enterprises makes it possible to ground the choice of the most promising industrial technology in order to activate the market of industrial products due to production of competitive goods, updating the technological base of the engineering enterprises and increasing their competitiveness.

Key words: competitiveness, engineering, enterprises, innovative industrial technologies, methodology, management.

УДК 658.18

Ковшова І.О.

кандидат економічних наук, доцент,
Національного університету «Києво-Могилянська академія»

Долінська А.О.

магістр
Національного університету «Києво-Могилянська академія»

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Статтю присвячено дослідженню систем оцінювання персоналу підприємств. Досліджено основні методи, засоби, механізми та алгоритм процесів збору, обробки та ефективність управлінської діяльності. Проаналізовано етапи процесу формування організаційної структури процесу аналізу, планування, прогнозування та оцінки ефективності. Виокремлено та обґрунтовано алгоритм поетапної підготовки до проведення оцінювання, роль корпоративних стратегій серед портфелю стратегій підприємства та методи оцінювання персоналу як невід'ємної частини оцінювання загальної ефективності управлінської успішності компанії.

Ключові слова: корпоративна культура, організаційна структура, системи оцінювання, персонал, підприємство, оцінка праці, стратегія, бізнес-підрозділи, ефективність.

Статья посвящена исследованию систем оценки персонала предприятий. Исследованы основные методы, средства, механизмы и алгоритм процессов сбора, обработки и эффективности управленческой деятельности. Проанализированы этапы процесса формирования организационной структуры процесса анализа, планирования, прогнозирования и оценки эффективности. Выделены и обоснованы алгоритм поэтапной подготовки к проведению оценки, роль корпоративных стратегий среди портфеля стратегий предприятия и методы оценки персонала как неотъемлемой части оценки общей эффективности управленческой успешности компании.

Ключевые слова: корпоративная культура, организационная структура, системы оценивания, персонал, предприятие, оценка труда, стратегия, бизнес-подразделения, эффективность.

Постановка проблеми. Наприкінці ХХ ст. персонал організацій почали сприймати як основний ресурс, ключовий чинник успіху діяльності. З метою підвищення ефективності, важливе значення стало набувати вивчення

співвідношення категорій працівників, та організаційної структури в цілому. Необхідність вивчення професійно-кваліфікаційної структури була зумовлена відповідністю працівника вимогам посади, яку він обіймає, та якість вико-

нання своїх прямих обов'язків, враховуючи при цьому сучасні методи оцінки роботи персоналу організації: визначення наявних знань, умінь та навичок, виявлення потенціалу, психологічних та особистісних характеристик кожного із співробітників – усі ці фактори можна звести в одну структуру та оцінити кожну з характеристик. В зв'язку з цими питаннями, які набирають актуальності кожного дня, розроблюються нові концепції управління персоналом. Поступово, людському ресурсу надають значущості як головному чиннику виробництва, а витрати на розвиток персоналу, вважаються формуванням людського капіталу, і можуть мати унікальні форми, такі як Team-Building, загально-персональні конференції та інші.

Рекомендованим інструментом оцінювання ефективності управління людським ресурсом є проведення регулярних атестацій, опитувань та анкетувань, що надає питанням системи оцінювання персоналу підприємства особливої актуальності.

Аналіз останніх джерел досліджень і публікацій. Дослідженню системи оцінювання персоналу підприємства присвячено багато праць зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема Баскина Т. В., Іванов А. Ю., Клочков А. К., Ковшова І. О., Сушков Ю. А., Чемяков В. П., Ульрих Д. та інші, які розглядали методи оцінювання ефективності персоналу через призму систем оцінки KPI (Key Performance Indicators), способи мотивації персоналу, техніки успішного найму працівників, вимірювання результативності роботи відділів організації, корпоративні стратегії та культури. У результаті мультикомплектності і складності поетапного деталізованого системного підходу до питання ефективності оцінки управлінської діяльності, цей процес потребує ґрунтовних досліджень для ефективного використання методів оцінювання персоналу підприємства.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження основних методів, що формують систему оцінювання персоналу підприємства.

Для реалізації поставленої мети вирішено такі завдання:

- розглянуто основні аспекти поняття «система оцінювання персоналу»;
- визначено принципи, процедури та методи оцінювання персоналу;
- досліджено зв'язок між системою оцінювання персоналу, ефективністю управління персоналом та діяльністю підприємства в цілому.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективністю управлінської діяльності традиційно вважають певною оцінкою нематеріальних показників успішності компанії, які включають в себе як і внутрішні, так і зовнішні

чинники. До внутрішніх чинників належать рівень задоволеності роботою працівниками, її смисловим наповненням та вагомістю, заробітною платою, організаційною та корпоративною культурами, внутрішньою робочою колективною атмосферою. Основним зовнішнім чинником є маркетинговий менеджмент, як процес планування, реалізації та стимулювання продажів товарів та послуг, направлений на захоплення нових та існуючих ринків збуту способом методом пояснення покупцям нових цінностей, котрі задовольняють індивідуальні і організаційні цілі. Зазначений процес дає розуміння ринків через моделі, методи прогнозування продажів та дослідження ринку і за основну мету має побудову бізнес-плану. Маркетинг-менеджеру, як керуючому процесом управління необхідно забезпечити успішність зовнішніх факторів та розробити систему, що змушує людей робити внесок у загальне благо компанії за власної волі [1].

Оцінювання персоналу є невід'ємною частиною визначення загальної ефективності управлінської успішності підприємства, оскільки являє собою цілеспрямований процес у загальній системі ефективного управління, який спрямований на виявлення та оцінювання наявних професійних знань, вмінь, навичок та інших якісних характеристик персоналу організації у порівнянні з вимогами. Різноманітність методів оцінювання персоналу зумовила неможливість наявності певної узагальненої стандартної методики внаслідок такої кількості причин: розмір підприємства (кількість працівників), належність до певної галузі промисловості, особливості виробничого процесу, структура компанії, норми менеджменту, рівень кваліфікації працівників, співвідношення кількості працівників адміністративно-управлінського апарату до працівників, зайнятих у виробництві тощо.

Для формування системи оцінювання персоналу підприємства пропонуємо взяти за основу класифікацію Д. Макрегора. Систематизація передбачає оцінку персоналу з можливістю удосконалення відповідно до особливостей організації за такими функціями:

1) інформативна функція, яка полягає у забезпеченні менеджерів різних департаментів та рівнів управління необхідною інформацією про роботу своїх підлеглих, їх індивідуальні досягнення та провали;

2) мотиваційна функція, яка передбачає взаємозв'язок матеріальної винагороди і морального заохочення з трудовою поведінкою та результатами праці, тим самим змушує людей професійно розвиватися, і, як результат, робити внесок у загальне благо підприємства за власної волі;

3) адміністративна функція, яка досягається за допомогою прийняття кадрових рішень, в тому числі про кар'єрне зростання, передбачення мобільності у різних відділах підприємства, перекваліфікацію, заохочення чи штрафувannya, розрив трудових відносин [2].

Кожне підприємство прагне залучити кращі кадри, створити для них комфортні умови з метою професійно-кваліфікаційного росту, тим самим замінивши ними інертних, немотивованих, малокваліфікованих та безперспективних працівників. Інструментами оцінювання персоналу виступають продумані практичні засоби збору інформації, розроблені спеціально визначеним належним чином відповідного збору кількісної і якісної інформації залежно від головної мети, яке має оцінювання. Інструментарій системи оцінки доцільно формувати відповідно до:

- мети (оцінка кандидатів на посаду; оцінка наявних працівників організації);
- змісту (аналіз анкетних даних; співбесіда; інтерв'ю);
- напрямку (оцінка результатів роботи; оцінка результативності праці за певний проміжок часу; оцінка динаміки умов, що впливають на ефективність).

Основним питанням оцінки є визначення чітких показників і критеріїв, які визначає підприємство. Усю кількість показників можна умовно згрупувати в три об'ємні групи: результативність праці, професійна поведінка, особисті якості. Концептуальна схема процесу оцінювання персоналу представлена на рис. 1.

Після завершення етапу формування інструментарію системи оцінки варто організувати процедуру підготовки до проведення оцінювання на рис. 2, що містить такі етапи:

Організаційна структура підприємства – склад відділів, служб і підрозділів в механізмі управління, їх системна організація, характер підпорядкованості і підзвітності та порядок розподілу функцій управління різними рівнями управлінської ієрархії. Процес формування організаційної структури на підприємстві можна умовно поділити на два основні блоки, які представлені на рис. 3.

Корпоративною культурою вважають загально соціально-психологічні настанови і норми поведінки, які мають поділяти усі працівники організації. Кожна компанія має властиву лише їй корпоративну культуру, що вирізняє її з-поміж інших [3].

Корпоративна стратегія очолює ієрархію усіх стратегій підприємства, регулює місію та цілі підприємства і безпосередньо впливає на функціональні стратегії, якими керуються бізнес-підрозділи. У кожній великій компанії (комерційній чи некомерційній) зазвичай існує три рівні стратегій: корпоратив-

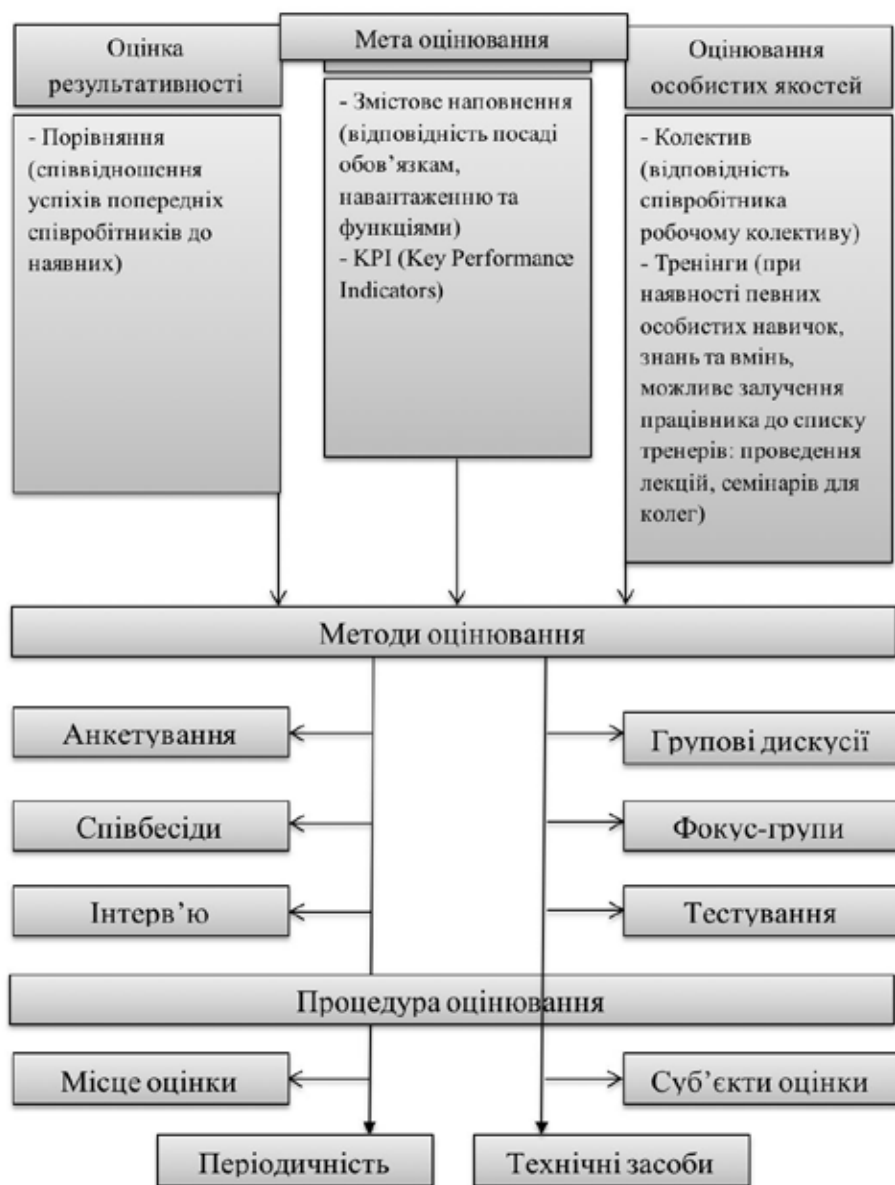


Рис. 1. Концептуальна схема процесу оцінювання персоналу

ний рівень, рівень бізнес-підрозділу та функціональний рівень. На вищому рівні розробляється корпоративна стратегія, у межах якої підприємство визначає стратегічний напрям розвитку діяльності. Разом з цим формується корпоративне бачення, цілі, філософія і культура. Основний напрям діяльності задає місія, цілі та компетентність бізнес-підрозділу, що реалізується за допомогою аналізу бізнес-портфеля, конкурентних переваг, комплексного управління якістю товарами та потенційним бенчмаркінгом. На функціональному рівні стратегію і напрям діяльності задає насамперед відділ маркетингу з іншими функціональними службами, такими як логістичний та фінансовий відділи.

Сучасні підприємства характеризуються специфічними індивідуальними організаційними структурами та корпоративними культурами (рис. 4).

На рис. 4 представлені два основні блоки, які розділяють процеси формування організаційної структури. Елементи першого блоку характеризують процес розподілу праці на складові загальної діяльності, тобто допомагають при формуванні завдань, функціональних областей та підрозділів. Елементи другого блоку сприяють координації діяльності підприємства, що є суттю управління.

Розглянемо типову організаційну структуру на рис. 5 для FMCG (Fast Moving Consumer Goods) компаній, завдання яких забезпечити населення планети товарами швидкого обороту, таких як: побутова хімія, продукти харчування, засоби гігієни та інше.

В результаті побудови організаційних структур, а також сформування повного спектру всіх функцій і обов'язків кожного співробітника допомагає ефективному досяг-



Рис. 2. Алгоритм поетапної підготовки до проведення оцінювання



Рис. 3. Рівні стратегій на підприємстві

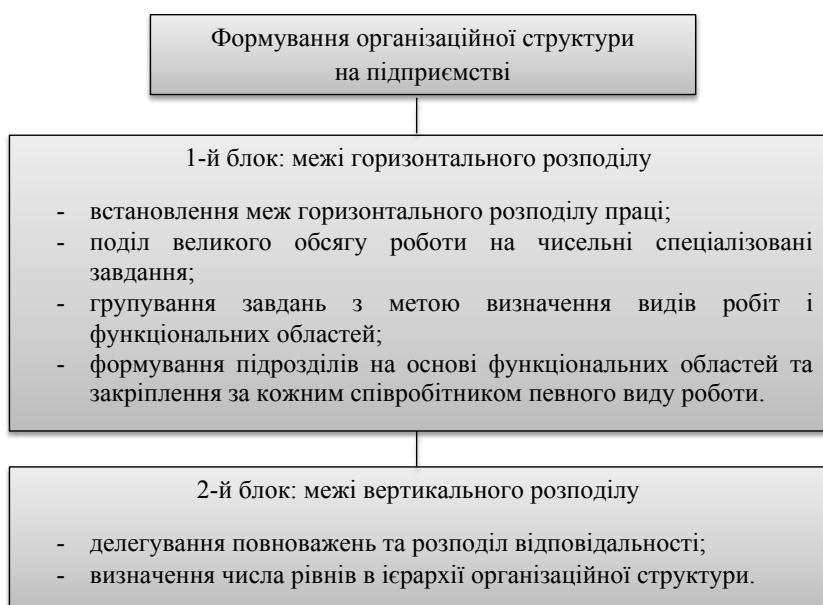


Рис. 4. Основні етапи процесу формування організаційної структури на підприємстві [1]

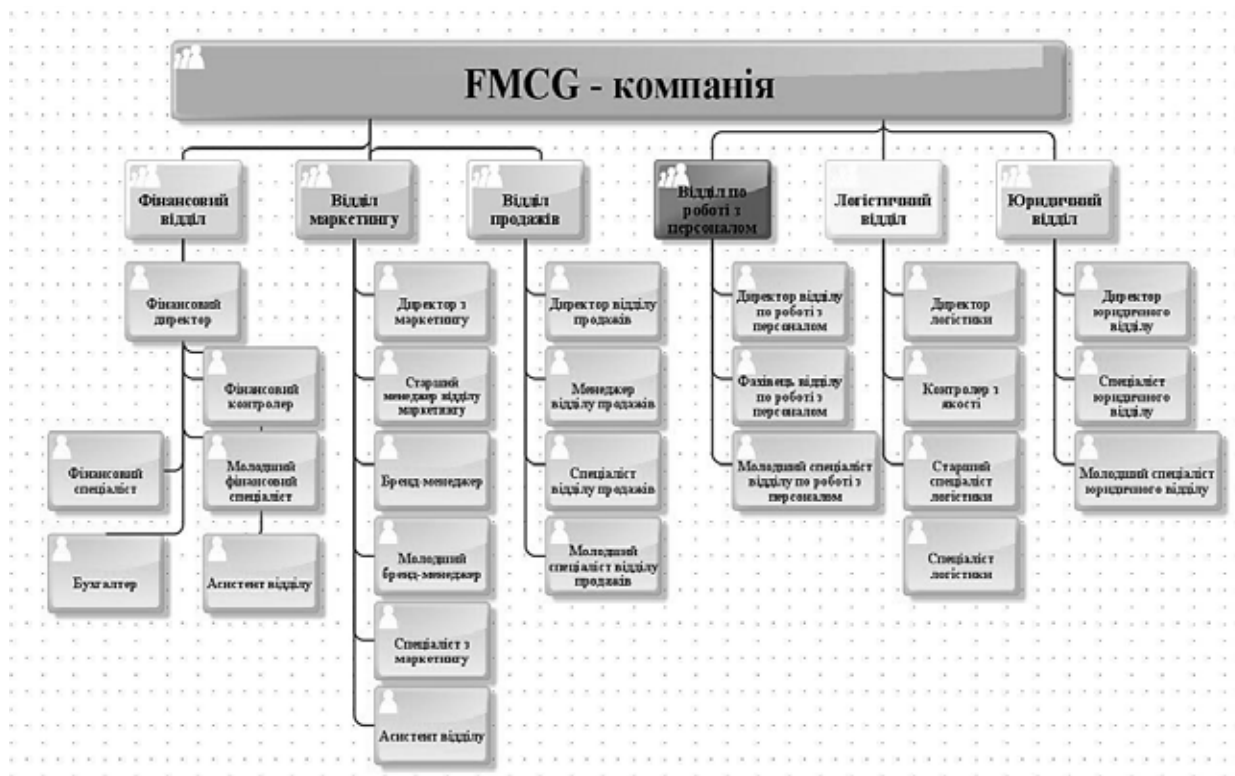


Рис. 5. Фрагмент організаційної структури типової FMCG-компанії

ненню поставлених компанією цілей. Зазвичай, організаційні структури використовують для визначення ролей і обов'язків персоналу, встановлення ієрархічної структури повноважень, формування комунікаційних каналів і потоків інформації між відділами та їх співробітниками, створення механізму контролю з визначенням ступеню централізованості.

Ефективність управлінської діяльності насамперед залежить саме від налагодженості механізму функціонування, процесу комунікацій, розподілу обов'язків та визначення ролей. Зображена схема організації типової компанії-виробника продуктів швидкого обігу демонструє деякі складники структури роботи підрозділів. Наприклад, директору з маркетингу підпорядковуються старший менеджер відділу маркетингу, який зазвичай являється «груповим» бренд-менеджером, тобто тим, хто відповідає за декілька брендів на території певної країни, перед яким звітує усі інші представники відділу: залежно від розміру компанії до її штату може входити кілька бренд-менеджерів або ж молодших бренд-менеджерів (їх, зазвичай, декілька, і за кожним з них закріплено по одному бренду), спеціаліст з маркетингу та асистент усього відділу; усі разом вони виконують цілий спектр функцій маркетингової

діяльності: планування продуктів, маркетингові дослідження, продаж товарів, рекламна діяльність та просування продуктів. Аналогічно, відділ продажів складається з директора, менеджера, спеціаліста та молодшого спеціаліста відповідно, деякі з них можуть дублюватися залежно від регіонів, за які вони несуть відповідальність.

Висновки з проведеного дослідження.

У статті досліджено ефективність управлінської діяльності, етапи процесу формування організаційної структури на підприємстві, організаційну структуру типової FMCG-компанії, роль корпоративних стратегій серед портфелю стратегій підприємства, різноманітність методів оцінювання персоналу визначення певної узагальненої стандартної методики, процес формування інструментарію системи оцінки, алгоритм поетапної підготовки до проведення оцінювання, роль і методи оцінювання персоналу як невід'ємної частини оцінювання загальної ефективності управлінської успішності компанії. На прикладі FMCG-компанії продемонстровано, що ефективність управлінської діяльності насамперед залежить саме від налагодженості механізму функціонування, процесу комунікацій, розподілу обов'язків та визначення ролей.

Список використаних джерел:

1. Ковшова І. О. Маркетинговий менеджмент: теорія, методологія, практика: монографія [текст]. Видавництво ФОП Вишемирський В. С., 2018. 516 с.
2. Руделіус В. Маркетинг / В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко. Київ: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2015. 67 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж Сондерс. Москва: «Вильямс», 2015. 752 с.

Kovshova I.O., Dolinska A.O.

ENTERPRISE PERSONNEL EVALUATION SYSTEM

The article is devoted to the research of personnel assessment systems of enterprises. The basic methods, means, mechanisms and algorithm of processes of gathering, processing and management activity are investigated. The stages of the process of formation of the organizational structure of the process of analysis, planning, forecasting and evaluation of efficiency are analyzed. The algorithm of stage-by-stage preparation for evaluation, the role of corporate strategies among the portfolio of enterprise strategies and methods of personnel assessment as an integral part of the overall performance management performance of the company are identified and substantiated.

In the article was stated the definition of the main aspects of the concept "personnel assessment system", considered the principles, procedures and methods of personnel evaluation, defined, the process of forming the toolkit of the assessment system as well the algorithm of phased preparation to the evaluation, in addition, investigated the connection between the personnel assessment system and the effectiveness of personnel management in the enterprise.

Authors investigated the typical organizational structure for FMCG (Fast Moving Consumer Goods) companies, whose mission is to provide the world's population with fast-moving goods such as: household chemicals, food, hygiene products, and more. As a conclusion, an example of the FMCG company has shown that the effectiveness of management activity primarily depends on the establishment of the mechanism of operation, the process of communication, division of responsibilities and definition of roles.

Key words: corporate culture, organizational structure, evaluation systems, personnel, enterprise, labor assessment, strategy, business units, efficiency.

Кривов'язюк І.В.кандидат економічних наук,
професор кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності
Луцького національного технічного університету**Стрільчук Р.М.**кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної кібернетики
Рівненського державного гуманітарного університету

ФОРМИ І МЕТОДИ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

У статті здійснено критичний аналіз наукових праць вчених з питань підвищення інтенсивності виробництва та впровадження сучасних методів управління в практику діяльності підприємств, що стало основою виділення застосовуваних нині форм і методів інтенсифікації виробництва. Виокремлено ТОП-10 найкращих машинобудівних компаній світу на основі композитивного рахунку таких рівнозважених критеріїв як обсяг продажу, прибуток, активи та ринкова вартість. Встановлено пріоритетність використання передових форм і методів інтенсифікації та управління виробництвом для підприємств автомобілебудування в світовій економіці. Уточнено методику оцінювання інтенсифікації виробництва для підприємств машинобудування. Визначено вплив показників інтенсифікації виробництва на результати господарювання провідних підприємств автомобілебудування. Проаналізовано використовувані ними методи інтенсифікації та управління виробництвом на предмет доцільності їх використання. Запропоновано сукупність заходів з інтенсифікації виробництва для досліджуваних підприємств машинобудування.

Ключові слова: інтенсифікація виробництва, форми інтенсифікації, методи інтенсифікації та управління виробництвом, методика оцінювання інтенсифікації виробництва, машинобудування, світові корпорації.

В статье осуществлен критический анализ научных трудов ученых по вопросам повышения интенсивности производства и внедрения современных методов управления в практику деятельности предприятий, что стало основанием для выделения применяемых в настоящее время форм и методов интенсификации производства. Выделены ТОП-10 лучших машиностроительных компаний мира на основе композитивного расчета таких равноценно взвешенных критериев как объем продаж, прибыль, активы и рыночная стоимость. Установлено приоритетность использования передовых форм и методов интенсификации и управления производством для предприятий автомобилестроения в мировой экономике. Уточнена методика оценки интенсификации производства для предприятий машиностроения. Определено влияние показателей интенсификации производства на результаты хозяйствования ведущих предприятий автомобилестроения. Проанализированы используемые ими методы интенсификации и управления производством на предмет целесообразности их использования. Предложено совокупность мер по интенсификации производства для исследуемых предприятий машиностроения.

Ключевые слова: интенсификация производства, формы интенсификации, методы интенсификации и управления производством, методика оценки интенсификации производства, машиностроения, мировые корпорации.

Постановка проблеми. Функціонування сучасних підприємств машинобудування повсякчас зіштовхується з різноманітними викликами внутрішнього та зовнішнього середовища: необхідність модернізації та оновлення виробництва, оптимізації витрат виробництва, виходу на нові ринки збуту, підвищення інноваційної активності та використання найновіших досягнень науково-технічного прогресу, необхідність раціоналізації методів розроблення та прийняття управлінських рішень, пошук шляхів поліпшення органі-

зації виробництва, впровадження методів тайм-менеджменту тощо. Інколи зміни відбуваються настільки швидко, що обсяги витрат на підтримання гнучкості виробництва та удосконалення управління можуть значно перевищувати отримувані прибутки на первинних етапах впровадження нововведень.

Ще одним важливим фактором є необхідність підвищення конкурентоспроможності, адже більшість підприємств машинобудування позиціонують не лише на національних, але

й на міжнародних ринках. Це вимагає від них моніторингу інноваційних змін, значних інвестицій в дослідження та розробки, потреби у висококваліфікованій робочій силі, підвищення ефективності виробництва та менеджменту.

Тому успіх в сучасних умовах господарювання найчастіше приходить до тих підприємств машинобудування, які активно впроваджують в своїй діяльності передові форми і методи інтенсифікації та управління виробництвом. Це і підкреслює актуальність досліджуваної проблематики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженням питань підвищення інтенсивності виробництва та впровадження сучасних методів управління в практику діяльності підприємств займалися та займається нині багато вчених. Так, Гетьманський В. [1] відзначає доцільність комплексної оцінки інтенсифікації діяльності підприємства, результати якої можуть слугувати основою подальшого визначення напрямку його розвитку. В економічній енциклопедії [2] звертається увага на антивиртатну спрямованість інтенсифікації виробництва, яка повинна досягатись зменшенням витрат живої та уречевленої праці на одиницю продукції. Важливе значення тут має відігравати автоматизація виробництва, впровадження гнучких виробничих систем, зростання витрат на НДДКР. Ємельянов О. і Петрушка Т. вказують, що «ознакою інтенсивного типу економічного розвитку є те, що обсяги виробництва продукції підприємства зростають швидше, ніж квадрати розміру відповідного виду його виробничих ресурсів.» [3, с. 29]. Ними запропоновано метод визначення оптимального рівня інтенсифікації використання ресурсів підприємства, за якого досягається мінімум сукупних витрат. В дослідженні [4] підкреслюється, що в ході інтенсифікації діяльності підприємств машинобудування необхідно своєчасно діагностувати їх адаптивні можливості з позицій пристосування до постійних змін навколишнього середовища, вміння корегувати плани, трансформувати структуру, швидко реагувати на отриману інформацію. Марченко В. і Покровська Н. [5] пропонують аналізувати результати оцінювання інтенсифікації діяльності машинобудівних підприємств здійснювати з визначенням рівнів інтенсифікації, «сильних» та «слабких» сторін розвитку суб'єктів господарювання з використанням комплексних та інтегральних показників. В подальшому це виступає основою для розробки напрямів інтенсифікації діяльності підприємств машинобудування. Павлов К. [6] пропонує здійснювати оцінку економічної ефективності інтенсифікації виробництва з урахування регіональних

відмінностей у працевлаштуванні. Шарко В. і Андрусенко Н. [7] в якості одного з інструментів управління виробництвом застосовують алгоритм оцінки факторів впливу на інтенсифікацію виробництва промислових підприємств, що слугує основою визначення системи резервів використання ресурсів у процесі такої інтенсифікації. У монографії групою вчених [8] стверджується про існування п'яти компонент забезпечення виробничої конкурентоспроможності економіки, галузі, підприємства: першочерговість розвитку талантів, використання сильних сторін екосистемних партнерств, розробка збалансованого підходу в глобальному масштабі, розвиток інтелектуальних, стратегічних державно-приватних партнерств, управління впровадженням передових технологій. Їх слід розглядати в якості дієвого підґрунтя забезпечення інтенсифікації розвитку виробництва. Однак, недостатньо уваги приділено формам і методам інтенсифікації та управління виробництвом підприємств машинобудування.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження впливу інтенсифікації та управління виробництвом підприємств машинобудування на результати їх господарювання.

Виклад основного матеріалу. Інтенсифікація виробництва – це процес суспільного виробництва, що базується на застосуванні найефективніших засобів і предметів праці, кваліфікованої робочої сили, передових форм і методів організації праці, зростаючої інформованості про найновіші досягнення НТП [2, с. 672].

До форм інтенсифікації виробництва прийнято відносити: фондозберігаючу, працевлаштовуючу, ресурсозберігаючу та всебічну. Зростання інтенсифікації виробництва в них забезпечується завдяки впровадженню нової техніки та технологій, зростанню інтенсивності праці, раціоналізації використання ресурсів, синергетичного з'єднання попередніх форм інтенсифікації [2, с. 673].

Методи інтенсифікації виробництва доцільно поділити на дві групи: узагальнюючі та конкретно-виробничі. До першої групи належать стратегічне планування, метод мотивації ключових компетенцій, управління знаннями, формування інфраструктури відповідальності. До другої групи слід віднести такі методи як just-in-time (JIT), Канбан, ABC-аналіз, XYZ-аналіз, MRP I і MRP II, DRP II, DRP, LRP, SRP, модель Андлера, модель Де Матейса та Мендози, а також системи підтримки контрольного рівня запасів, періодичного поповнення запасів, вибіркового контролю рівня запасів. Їх роль полягає у мінімізації часу та витрат на виконання замовлень на продукцію, забезпеченні гнучкості та збалан-

сованості виробництва, зменшенні перебоїв у виробничому циклі, забезпеченні раціональної організації виробництва, здійсненні гнучкого управління та контролю за поточковими процесами за центами відповідальності, управлінні технічним обслуговуванням основних засобів підприємств машинобудування. Проте, не усі підприємства використовують прогресивні методи управління виробництвом, досить часто їх застосування носить частковий характер. Саме тому підприємства машинобудівної галузі можуть суттєво відрізнитись за рівнем розвитку: масштабами діяльності, рівнем отриманого прибутку, розмірами активів, ринковою вартістю.

За даними рейтингу FORBES GLOBAL 2000 (2018), до переліку найкращих компаній світу, які визначаються на основі композитивного рахунку таких рівнозважених критеріїв як обсяг продажу, прибуток, активи та ринкова вартість, потрапили компанії більш як з 50 країн світу. Машинобудівні компанії в цьому рейтингу також займають вагоме місце (табл. 1).

Аналіз досліджуваного рейтингу показав, що в ТОП-10 машинобудівних компаній домінують представники автомобілебудівної промисловості. Саме вони, як показує аналіз систем їх управління виробництвом, активно використовують передові форми та методи інтенсифікації

та управління виробництвом для підвищення ефективності господарювання.

В подальшому пропонуємо здійснити оцінку інтенсифікації виробництва підприємств автомобілебудування світу, які входять до рейтингу FORBES GLOBAL 2000 та є одними з найпотужніших і технологічно орієнтованих компаній. З цією метою використаємо удосконалену методичку, запропоновану в роботі В. Гетьманського [1, с. 132-134], сутність якої можна звести до наступних кроків:

1. Збирання та аналізування динаміки вихідних даних для розрахунку показників інтенсифікації.

2. Розрахунок показників інтенсифікації за формами інтенсифікації.

3. Визначення співвідношення приросту використання ресурсів у розрахунку на 1 % приросту обсягів реалізації продукції.

4. Розрахунок частки впливу зміни показників інтенсифікації на приріст обсягів реалізації продукції.

5. Комплексна оцінка всебічної інтенсифікації діяльності.

6. Оцінка рівня інтенсифікації виробництва на основі значень комплексного показника.

7. Раціоналізація методів розроблення та прийняття управлінських рішень в напрямку інтенсифікації виробництва.

Таблиця 1

**ТОП-10 найкращих машинобудівних компаній світу
за даними рейтингу FORBES GLOBAL 2000 станом на 2018 рік [9]**

Ранг	Компанія	Країна	Рік заснування	Сфера діяльності	Обсяги продажу (місце)	Прибуток (місце)	Активи (місце)	Ринкова вартість (місце)	Обсяги продажу, млрд \$
12	Toyota Motor	Японія	1937	Автомобілебудування	6	13	74	32	265,17
16	Volkswagen Group	Німеччина	1937	Автомобілебудування	5	25	68	87	271,95
29	Daimler	Німеччина	1886	Автомобілебудування	15	27	108	127	193,22
40	BMW	Німеччина	1916	Автомобілебудування	47	40	142	150	114,44
52	Boeing	США	1916	Аерокосмічна промисловість	64	48	282	34	95,8
58	Honda Motor	Японія	1948	Автомобілебудування	31	47	183	193	138,6
67	Ford Motor	США	1903	Автомобілебудування	21	70	125	287	159,59
80	SAIC Motor	Китай	1995	Автомобілебудування	32	111	268	170	136,57
97	Nissan Motor	Японія	1933	Автомобілебудування	52	76	193	336	106,87
101	AIRBUS	Нідерланди	1998	Аерокосмічна промисловість	94	247	228	112	74,67

В якості показників інтенсифікації виробництва обираємо такі, що характеризують кожну з її форм – фондозберігаючу (показник фондодовіддачі), працездобуваючу (показник продуктивності праці), ресурсозберігаючу (як узагальнюючий обираємо показник оборотності оборотних активів) та всебічну (ефективність розвитку).

В таблиці 2 нами зведено сукупність показників, розрахованих за даними фінансової звітності досліджуваних автомобілебудівних компаній [10; 11; 12], які слугуватимуть в подальшому основою для розрахунку динаміки показників інтенсифікації за різними її формами за період 2014-2016 рр.

В таблиці 3 узагальнимо дані розрахунку визначення впливу показників інтенсифікації на результати господарювання. В якості шкали для визначення рівня значень комплексного показника інтенсифікації пропонуємо наступну:

[0; 0,1) – низький рівень інтенсифікації виробництва; [0,1; 0,5) – низький рівень інтенсифікації виробництва; [0,5; 0,9) – недостатній рівень інтенсифікації виробництва; [0,9; 1) – задовільний рівень інтенсифікації виробництва; [1) – достатній рівень інтенсифікації виробництва; [1,001; +∞] – високий рівень інтенсифікації виробництва.

Результати дослідження показали, що для Toyota Motor Corporation і Tesla Motors в період 2014-2016 рр. характерний задовільний рівень інтенсифікації виробництва, а для корпорації Mercedes-Benz – високий рівень інтенсифікації виробництва. Найбільший негативний вплив спаду ресурсів на 1% приросту продукції спостерігаємо у Toyota Motor Corporation, навпаки,

найбільший приріст – на Mercedes-Benz. Загалом отримані результати свідчать, що найбільш інтенсифіковано виробництво розвивається в німецької корпорації, найменш інтенсифіковано – на Tesla Motors.

Основними виробничими проблемами у Toyota Motor Corporation є вплив постачальників та підвищення цін на сировину. Корпорація також залежить від різноманітних цифрових та інформаційних технологій та розробок. Додатковими проблемами є дефіцит палива, транспортні системи, зупинки роботи та інші труднощі на ринках, де Toyota купує матеріали, комплектуючі та витратні матеріали для виробництва своєї продукції. Через дефіцит деталей, спричинений землетрусом Кумамото, що вразив острів Японії Кюсю в квітні 2016 року виробництво на лініях зборки автомобілів було припинено, що негативно вплинуло на розвиток корпорації. Toyota Motor Corporation працює над посиленням систем управління виробництвом з моменту появи викликів у 2010 році. Нині компанія використовує такі системи управління виробництвом: TPS, що дозволяє оптимізувати якість шляхом покращення процесу й зменшення нераціонального використання природних, людських і корпоративних ресурсів, досягати стійких результатів продуктивності; Jidoka, яка забезпечує контроль якості з одночасною оптимізацією виробництва з метою усунення існуючих проблем і усунення виникнення їх у майбутньому; JIT, яка зменшує необхідність зберігання великих запасів запасних частин і дозволяє швидко реагувати на зміни потреб клієнта. Тобто доцільність використання окреслених методів є дуже високою [12].

Таблиця 2

Вихідні дані для розрахунку показників інтенсифікації

Показники	Toyota Motor Corporation (Японія)			Mercedes-Benz (Німеччина)			Tesla Motors (США)		
	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Чистий дохід від реалізації продукції, млн дол.	214269	225727	233979	152898	175968	180434	3198	4046	7000
Середньорічна вартість основних засобів, млн дол.	170097	188638	202124	22481	24752	26352	1284	2616	4693
Середньоспискова чисельність працюючих, осіб	338875	344109	348877	279972	284015	282488	10161	13058	17782
Середньорічна вартість оборотних засобів підприємства, млн дол.	132101	150690	161847	73793	84496	96950	2232	2986	4521
Сукупні витрати, млн дол.	210560	220316	229901	145366	165136	172567	3385	4763	7668

Таблиця 3

**Вплив показників інтенсифікації на обсяг реалізації
підприємств машинобудування за 2014-2016 рр.**

Показники за формами інтенсифікації	Темп росту показників інтенсифікації	Приріст (+)/спад (-) ресурсів на 1 % приросту продукції, %	Частка впливу на 100 % приросту продукції, %
Toyota Motor Corporation (Японія)			
Фондовіддача	0,92	-86,96	11,00
Продуктивність персоналу	1,06	65,22	12,52
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	0,90	-108,70	10,78
Ефективність розвитку	1,04	43,48	12,30
Комплексний показник інтенсифікації	0,978	-86,96	46,60
Рівень значень показника	задовільний	-	-
Mercedes-Benz (Німеччина)			
Фондовіддача	1,01	5,56	6,61
Продуктивність персоналу	1,17	94,44	7,50
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	0,90	-55,56	6,00
Ефективність розвитку	0,98	-11,11	6,44
Комплексний показник інтенсифікації	1,010	33,33	26,55
Рівень значень показника	високий	-	-
Tesla Motors (США)			
Фондовіддача	0,60	-33,64	1,51
Продуктивність персоналу	1,26	21,87	2,06
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	1,08	6,73	1,91
Ефективність розвитку	1,06	5,05	1,89
Комплексний показник інтенсифікації	0,964	-0,02	7,37
Рівень значень показника	задовільний	-	-

Основні виробничі ризики для корпорації Mercedes-Benz виникають при коливанні цін на сировину та матеріали, енергію. Є також ризики постачальників, вузькі місця внаслідок несправностей доставки, недостатнього використання виробничих потужностей. Важливим для корпорації фактором також є прийняття продукції споживачами, а також технічні характеристики на основі інноваційних досліджень та розвитку. Серед найбільш поширених методів для контролю якості виробництва використовується метод Демінга, «шести сігм», тотального управління якістю. Конкуренція для висококваліфікованого персоналу та менеджменту все ще залишається дуже інтенсивна. Майбутній успіх корпорації залежить від того, які спеціалісти працюють та наскільки довго вони в компанії. Менеджмент корпорації сприяє вербуванню і збереженню персоналу, який має високий потенціал і досвід. Здійснювана діяльність свідчить про доцільність удосконалення методів управління виробництвом, зважаючи на той факт, що для виготовлення автомобіля Toyota потрібно 17 годин, тоді як Mercedes-Benz – понад 50 годин [10].

Зростання Tesla Motors сильно залежить від прийняття споживачами альтернативних електричних транспортних засобів. Ці автомобілі відносно нові, тому існує багато проблем навколо їх виробництва, зокрема те, що у більшості споживачів ще й досі немає уявлення про характеристики електричних транспортних засобів, їх якість, безпеку, продуктивність та вартість, конкуренція гібридних електромобілів, державне регулювання та економічні стимули, доступ до зарядних пристроїв. Результатом є затримки виробництва, нестача виробничих ліній та потужностей, складність програмного забезпечення. Для того, щоб швидко розвивати компанію, особливо на міжнародному рівні, необхідно ефективно управляти зростанням виробництва. Нині досить складно виділити домінуючий метод управління виробництвом та його інтенсифікацією, адже компанія постійно впроваджує нововведення. Корпорація сильно залежить від керівної ланки працівників. Майбутній успіх залежить від здатності залучати та зберігати ключові технології, продажі, маркетинг, виробничий і допоміжний

персонал, тому це може негативно вплинути на бізнес, перспективи, фінансовий стан та результати діяльності. Існуючі методи слід змінювати залежно від обраної стратегії розвитку виробництва [11].

В якості заходів з інтенсифікації виробництва для досліджуваних підприємств пропонуємо: для Toyota Motor Corporation впровадити у виробництво новий вид продукції – гібридний автомобіль CO2 ZERO, що дозволить збільшити енергоефективність через економію палива, одночасно скоротити викиди CO₂ та зберегти екологію; для Mercedes-Benz з метою нарощування прибутку та більш ефективного використання виробничих потужностей – запровадити виробництво вантажного автомобіля Actross зі зниженими затратами палива та збільшеною рентабельністю, а також підвищеним комфортом для водія; для Tesla Motors з метою подальшого інноваційного зростання пропонується оновити електрокар Model X, який буде відрізнятися потужним електродвигуном на 430 к.с. та здатністю на одному заряді долати 600 км.

Висновки з проведеного дослідження.

В процесі дослідження вирішено актуальну наукову проблематику – вивчення впливу інтенсифікації та управління виробництвом підприємств машинобудування на результати їх господарювання.

Критичний аналіз наукових напрацюваньчених сучасності з питань підвищення інтенсивності виробництва та впровадження сучасних методів управління в практику діяльності підприємств дозволив виокремити існуючі форми та узагальнюючі і конкретно-виробничі методи інтенсифікації виробництва, які в сукупності забезпечують розвиток підприємства.

Аналіз і синтез найкращих підприємств світу за даними рейтингу FORBES GLOBAL 2000 дозволив виділити групу найкращих

машинобудівних компаній станом на 2018 рік. Встановлено домінування серед них автомобілебудівних корпорацій, на базі яких і отримано подальші результати досліджень.

З метою отримання точних і обґрунтованих результатів оцінки інтенсифікації виробництва для підприємств машинобудування використано методику, метою якої є аналізування результатів господарювання підприємств машинобудування, розрахунок показників за формами інтенсифікації виробництва, визначення їх впливу на обсяги продукції, комплексна оцінка всебічної інтенсифікації діяльності та рівня її прояву, раціоналізація методів розроблення та прийняття управлінських рішень в напрямку інтенсифікації виробництва.

Практичне застосування методики дозволило встановити, що для Toyota Motor Corporation і Tesla Motors в період 2014-2016 рр. характерний задовільний, а для корпорації Mercedes-Benz – високий рівень інтенсифікації виробництва.

Аналіз використовуваних корпораціями методів інтенсифікації та управління виробництвом показав доцільність застосування на Toyota Motor Corporation таких як TPS, Jidoka, JIT і необхідність їх удосконалення на Tesla Motors і Mercedes-Benz.

З метою підвищення інтенсифікації виробництва для досліджуваних підприємств машинобудування запропоновано впровадити у виробництво нові види продукції, що дозволить покращити технологічний рівень корпорацій, більш ефективно використовувати наявні виробничі потужності, забезпечити подальше інноваційне зростання.

Подальші розвідки слід спрямувати в напрямку підвищення ефективності виробництва та менеджменту підприємств машинобудування на основі впровадження проектних рішень інноваційного характеру.

Список використаних джерел:

1. Гетьманський В.О. Вимір і наслідки інтенсифікації діяльності підприємства в умовах економічного розвитку. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки. 2011. № 2 (47). С. 131-134.
2. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1 / Редкол.: ... С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. К.: Видавничий центр «Академія». 2000. 844 с.
3. Ємельянов О., Петрушка Т. Інтенсифікація використання виробничих ресурсів промислових підприємств як чинник їх економічного розвитку. Схід. 2012. № 6 (120). С. 24-29.
4. Кривов'язюк І.В. Напрями інтенсифікації діяльності підприємств машинобудування. Економічний форум. 2018. № 3. С. 180-186.
5. Марченко В.М., Покровська Н.М. Оцінювання інтенсифікації діяльності підприємств машинобудування: прикладний аспект. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». 2017. Випуск 16, частина 2. С. 15-20.
6. Павлов К.В. Оцінка економічної ефективності інтенсифікації виробництва з урахування регіональних відмінностей у працевлаштуванні. Економіка та управління. Економічний вісник університету. 2017. Випуск № 32/1. С. 88-96.

7. Шарко В., Андрусенко Н. Алгоритм оцінки факторів впливу на інтенсифікацію виробництва промислових підприємств. Економічний часопис-XXI. 2016. № 11-12. С. 68-72.
8. Smerichevskyi S.F., Krivoviazuk I.V., Raicheva L.I., Smerichevska S.V., Sardak S.E., Kolbushkin Yu.P., Shevchenko A.V., Malovychko A.S. Research on the development of the machine-building industry of Ukraine: state and prospects. Multi-authored monograph. Latvia: Izdevnieciba «Baltija Publishing». 2017. 200 p.
9. Forbes 2018 Global 2000 (6 червня 2018 р.). THE WORLD'S LARGEST PUBLIC COMPANIES. URL: <https://www.forbes.com/global2000/#1f6954d1335d>.
10. Mercedes-Benz (2018, May). Retrieved from <https://www.mercedes-benz.com/en/mercedes-benz/mercedes-benz-tv/>.
11. Tesla Motors (2018, May). Retrieved from <https://www.tesla.com/>.
12. Toyota Motor Corporation (2018, May). Retrieved from <http://www.toyota-global.com/>.

Kryvovyazyuk I.V., Strilchuk R.M.

FORMS AND METHODS OF INTENSIFYING AND MANAGING MODERN ENTERPRISES OF MACHINE BUILDING

In the process of research the actual scientific issue was solved, which is the study of the influence of intensification and management of the production of machine building enterprises on the results of their business.

Critical analysis of scientific developments of modern scientists on increasing the intensity of production and the introduction of modern methods of management into the practice of enterprises activity allowed distinguishing existing forms and generalized and specific production methods of production intensification, which together ensure the development of the enterprise.

Analysis and synthesis of the best companies in the world, according to the FORBES GLOBAL 2000 rating, allowed highlighting a group of the best machine-building companies by 2018. Among them the dominance of automotive corporations was established, on the basis of which further research results were obtained.

In order to obtain accurate and substantiated results of the assessment of the intensification of production for the enterprises of machine building, such method was used with aim at analysing the results of economic activity of machine building enterprises; calculating indicators by the forms of intensification of production; determining the impact of these indicators on the volume of enterprises products; comprehensive assessment of all-sided intensification of activity and the level of its manifestation, rationalizing methods of development and adoption of managerial decisions in the direction of intensification of production.

The practical application of the method has made it possible to establish that for Toyota Motor Corporation and Tesla Motors in the period of 2014-2016 has satisfactory level of production intensification, and for the Mercedes-Benz corporation has a high level.

Analysis of intensification techniques used by corporations has shown the feasibility of use by Toyota Motor Co. such techniques as TPS, Jidoka, JIT and the need for their improvement on Tesla Motors and Mercedes-Benz.

In order to increase intensifying production for the researched machine building enterprises, it is suggested to introduce new types of products into production, which will allow improving technological level of corporations, using more efficiently existing production capacities and providing further innovation growth.

Further research should be directed towards increasing production and management efficiency of machine building enterprises based on implementing project's decisions of innovative character.

Key words: intensification of production, forms of intensification, methods of intensification and production management, methods of estimation of production intensification, machine building, world corporations.

Ларіна Я.С.

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі
Національного університету біоресурсів
і природокористування України

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВОГО МОНІТОРИНГУ

Стаття присвячена розгляду сучасних методичних підходів до забезпечення економічної стійкості підприємства. Автором виявлено та систематизовано методичні підходи до визначення та оцінювання економічної стійкості підприємства. Наведено власне визначення економічної стійкості. Для комплексного оцінювання економічної стійкості підприємства та визначення механізмів її забезпечення запропоновано розглядати цю категорію як сукупність взаємопов'язаних складових, які забезпечують здатність підприємства до організації беззбиткової господарської діяльності, досягнення стабільного ринкового положення, достатній ресурсний потенціал та збалансований процес функціонування. За функціональною ознакою виділено фінансову, виробничу, кадрову, маркетингову, інвестиційну та управлінську складові економічної стійкості підприємства, при цьому наголошено на пріоритетності маркетингової складової, що включає важелі забезпечення економічної стійкості в умовах висококонкурентних ринків. Запропоновано механізм забезпечення стійкості підприємства на основі маркетингового інструментарію.

Ключові слова: економічна стійкість підприємства, механізм забезпечення стійкості підприємства, маркетинговий моніторинг.

Статья посвящена рассмотрению современных методических подходов к обеспечению экономической устойчивости предприятия. Автором выявлены и систематизированы методические подходы к определению и оценке экономической устойчивости предприятия. Приведено собственное определение экономической устойчивости. Для комплексной оценки экономической устойчивости предприятия и определение механизмов ее обеспечения предложено рассматривать эту категорию как совокупность взаимосвязанных составляющих, которые обеспечивают способность предприятия к организации безубыточной хозяйственной деятельности, достижение стабильного рыночного положения, достаточный ресурсный потенциал и сбалансированный процесс функционирования. По функциональному признаку выделена финансовая, производственная, кадровая, маркетинговая, инвестиционная и управленческая составляющие экономической устойчивости предприятия, при этом отмечена приоритетность маркетинговой составляющей, включающей рычаги обеспечения экономической устойчивости в условиях высококонкурентных рынков. Предложен механизм обеспечения устойчивости предприятия на основе маркетингового инструментария.

Ключевые слова: экономическая устойчивость предприятия, механизм обеспечения устойчивости предприятия, маркетинговий моніторинг.

Постановка проблеми. В зарубіжній практиці протягом тривалого часу відпрацьовані методи та інструменти управління підприємством в ринкових умовах, які можна адаптувати у вітчизняній економічній системі з урахуванням її специфічних особливостей. Ми пропонуємо використовувати поняття економічної стійкості як динамічної рівноваги стану підприємства на основі оцінювання і своєчасного врахування зовнішніх і внутрішніх можливостей підприємства при здійсненні господарської діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття економічної стійкості досить глибоко вивчено такими вченими, як Абалкін Л.І. [1],

Ареф'єва О.В. [2], Афонишин А.І. [3], Ганус С. М. [4], Городянська Д.М. [2], Глушко О.В. [5], Гришова І.Ю. [5], Дробишева О.О. [6], Журова Л.І. [3], Чумак Л.Ф. [7], Щербата М.Ю. [5]. Незважаючи на велику кількість праць недостатньо дослідженими залишаються питання розробки маркетингового (ринкового) підходу до розуміння стійкості як економічної категорії, розробки інструментарію щодо її оцінки та ефективних способів їх забезпечення для реалізації стратегії розвитку підприємства.

Мета статті – узагальнити методичні підходи щодо забезпечення економічної стійкості підприємств на основі використання маркетингових засобів та інструментів.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Одним із найбільш поширених наукових підходів до розуміння сутності економічної стійкості підприємства є її ототожнення з фінансовою стійкістю, успішною фінансовою діяльністю. Такої точки зору дотримуються Коротков Е.М., Ковальов Д., Сухорукова Т., Шеремет А.Д., Борисов А.Б. та інші науковці.

Прихильниками теорії максимізації прибутку можна вважати класиків економічної науки Дж. М. Кейнса, А. Маршалла. Розглядаючи сутність стійкості підприємства, вони пов'язують її зі здатністю підприємства підтримувати прибуток на заданому рівні. Проте ми вважаємо, що фінансова стійкість є однією зі складових економічної стійкості підприємства, і відображає лише одну зі сторін його функціонування і розвитку.

Також досить часто використовується підхід, згідно з яким під стійкістю підприємства розуміється його стабільність, безпека, надійність (Абалкін Л.І., Аксенов В. В., Алтухов Ю.П. [1]; Чумак Л.Ф. [7]; Ганус С.М. [4] та ін.). Однак даний підхід не повною мірою враховує можливість впливу на підприємство зовнішніх і внутрішніх дестабілізуючих факторів, що викликають зміни її рівня.

Вивчення питань економічної стійкості у вітчизняній науковій думці склалося в період проведення ринкових трансформацій та реформ, що є цілком закономірним: стихійність і високий динамізм економічних процесів обумовлюють надзвичайно високу значимість вирішення питань забезпечення економічної безпеки та стійкості підприємства будь-якого виду діяльності. У плановій економіці подібного роду поняття не могло існувати з ідеологічних міркувань.

Міри щодо забезпечення економічної стійкості зазвичай включають різноманітний

управлінський інструментарій – фінансове планування та організаційний контроль, резервування коштів, встановлення довгострокових партнерських зв'язків, страхування тощо. Дані напрямки забезпечення економічної стійкості досить широко представлені в науковій літературі та продовжують збагачуватися новими концептуальними підходами.

Для комплексного оцінювання економічної стійкості підприємства та визначення механізмів її забезпечення слід розглядати цю категорію як сукупність взаємопов'язаних складових, які забезпечують здатність підприємства до організації беззбиткової господарської діяльності, досягнення стабільного ринкового положення, достатній ресурсний потенціал та збалансований процес функціонування. Збалансованість досягається завдяки забезпеченню оптимальних кількісних співвідношень між елементами загальної системи, що дозволяють їй гармонійно розвиватися [6]. За функціональною ознакою складові економічної стійкості підприємства доцільно поділити на: фінансову, виробничу, кадрову, маркетингову, інвестиційну та управлінську (рис. 1); кожна з них, у свою чергу, є складною системою і характеризуються системою показників [2].

Більшість вчених вважає, що найважливішою складовою економічної стійкості є фінансова складова [2; 3; 5], обґрунтовуючи це тим, що коли підприємство має стійкий фінансовий стан, то є можливість вкладати кошти в розробку нових товарів, освоювати нові ринки збуту, забезпечувати кадрову стійкість та ефективний процес управління. Проте з позицій маркетингу обґрунтована на основі попередньо проведених досліджень ринку, споживачів і конкурентів маркетингова стратегія якраз і забезпечує постійний попит та надходження коштів від реалізації продукції.

Кінцевими цілями у забезпеченні стійкого виробничого процесу є: досягнення оптимального обсягу продажів, якості виготовленої продукції, підтримання зворотного зв'язку з клієнтами, сервіс, задоволення потреб споживачів, тобто суто маркетингові заходи. Досягнення основних цілей виробничого процесу підприємства, а також його стійкості, може забезпечити тільки постійний

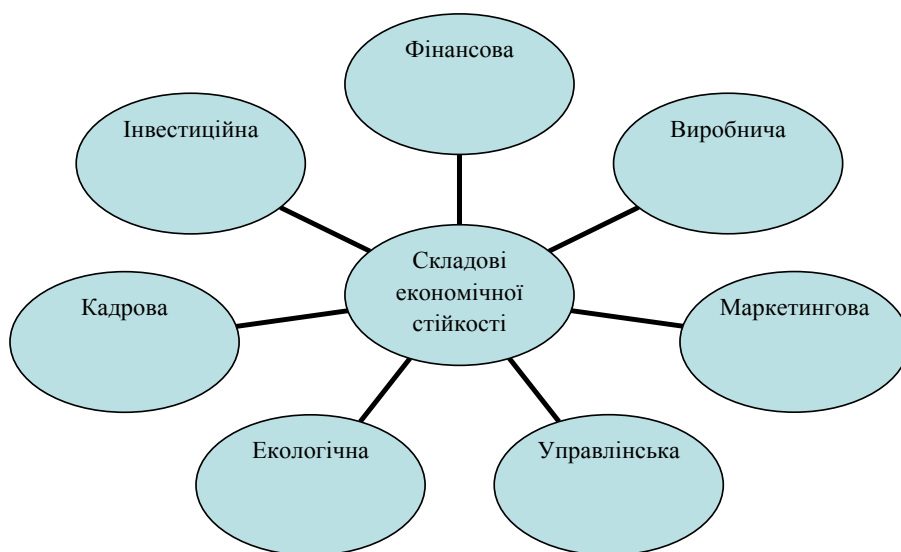


Рис. 1. Основні елементи економічної стійкості підприємства

Джерело: розроблено автором на основі [2]

контроль показників ефективності виробничої діяльності й ресурсного забезпечення. Важливість кадрової складової економічної стійкості полягає у тому, що від рівня кваліфікації працівників, згуртованості роботи колективу залежить конкурентоспроможність підприємства та його продукції, а отже стійкість ринкових позицій. Маркетингова складова передбачає максимально повне використання ринкових умов для отримання прибутку. Така стратегія сприяє зміцненню конкурентних позицій підприємства, що в цілому забезпечує досягнення економічної стійкості. Інвестиційна складова також відіграє значну роль, адже від її рівня залежить інвестиційна привабливість підприємства.

Кожна із складових характеризується власним переліком показників та переліком заходів, які сприяють підвищенню економічної стійкості. На думку О. Дробишевої та В. Гюльназарян, для підтримки економічної стійкості підприємства потрібно дотримуватися таких заходів: 1) здатність до прийняття ризикових і нестандартних рішень у випадку відхилення розвитку ситуації, впровадження планів практичних заходів у разі виникнення кризової ситуації; 2) при виникненні проблемних ситуацій розробляти плани щодо їх усунення; 3) контроль за виконанням заходів та їхніми результатами, координація дій учасників; 4) безперервний моніторинг внутрішнього та зовнішнього станів підприємства; 5) заходи щодо зниження зовнішньої вразливості підприємства [6, с. 80-81]. На наш погляд, усі перелічені заходи можна віднести до сфери управління підприємством та маркетингу.

Основним завданням управління економічною стійкістю є не тільки забезпечення аналізу фінансового стану підприємства, його економічного потенціалу, але і оцінка ступеня його залежності від факторів впливу зовнішнього середовища, встановлення причини можливої втрати стійкості, а головне, забезпечення розробки і реалізації заходів щодо оперативного та адекватного реагування підприємства на фактори, які дестабілізують його діяльність [7, с. 168]. Для вирішення цього завдання необхідним є постійний моніторинг змін ринкового середовища.

Необхідним етапом при цьому є постійне відслідковування у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства, що є завданням стратегічного маркетингу та маркетингових досліджень і передбачає постійний збір первинної та вторинної маркетингової інформації, використання методів стратегічного (SWOT, PEST, SNW-аналіз тощо).

Проблеми досягнення економічної стійкості з точки зору маркетингу, незалежно від їх масштабу, регіональної та галузевої специфіки, мають комплексний характер. Значна асор-

тиментна різноманітність, часті зміни споживчої активності, слабка інституціоналізованість бізнесу, складності в управлінні вимагають використання комплексного маркетингового підходу для здійснення моніторингу зовнішніх змін. Кожен ринок є унікальним, тому необхідно враховувати специфіку галузей, розміри ринку, регіональні та інші аспекти. У зв'язку з цим методика побудови системи маркетингового моніторингу економічних загроз та ризиків повинна базуватися на принципах етапності і планованості всіх заходів, що дозволить по завершенню чергового етапу вносити в план подальших дій необхідні корективи.

Побудова системи маркетингового моніторингу економічних загроз та протидії їм має включати наступні напрямки [4, с. 136]:

- регулярний, системний маркетинговий аналіз ринку;
- урегулювання комерційних взаємин між учасниками ринку з метою усунення небезпеки переростання природних протиріч економічних інтересів у масштабні протистояння учасників ринку;
- розробка варіантів узгодженості структурних змін на ринку з метою перегруповування сил і засобів для запобігання виникненню небезпеки та локалізації існуючих;
- заходи по вирішенню супутніх соціальних та інших економічних проблем, що супроводжують ускладнення економічної ситуації на ринку та здатних ініціювати виникнення загроз економічній стійкості підприємств.

Впровадження системи маркетингового моніторингу економічної стійкості включає наступні етапи: проведення попередньої діагностики ринку; розробка системи моніторингу: визначення комплексу показників і оцінок, способів їх визначення на основі отриманих даних, розрахунку та подальшої аналізу; впровадження системи маркетингового моніторингу, її організаційно-економічне забезпечення як структурного елемента економічного управління.

Вихідний етап моніторингу – дослідження кон'юнктури ринку, – проводиться з метою: збір інформації (вторинної та первинної) для конкретних цілей; виявлення ключових проблем та загроз зовнішнього середовища; розробка попередніх рекомендацій по вирішенню проблем.

Діагностика небезпек економічній стійкості підприємства за допомогою маркетингового інструментарію представляє досить нове застосування маркетингу. Маркетингова діагностика пов'язана з набором всієї необхідної для подальшої роботи системи інформації, проведення її всебічного аналізу для виявлення ключових проблем ринкового розвитку та розробки попе-

редніх рекомендацій. Джерелами інформації при цьому є зовнішня і внутрішня інформація учасників ринку, інформація про споживачів, про основних партнерів та конкурентів, оцінки незалежних експертів тощо. Результатом проведення маркетингової діагностики виступає виявлення ключових проблем ринкового функціонування, визначення пріоритетів у їх вирішенні та розробка попередніх рекомендацій. На підставі результатів діагностики проводиться розробка всього комплексу маркетингового моніторингу загроз економічній стійкості, яка включає [4, с. 136]: визначення основних методів та формування методики збору даних; складання переліку заходів, пов'язаних з організацією дослідження; виявлення необхідних ресурсів для побудови системи маркетингового забезпечення економічної стійкості.

Від регулярності й системності виконання робіт на етапі дослідження ринку та розробки системи маркетингового моніторингу залежатимуть результативність конкретних дій щодо формування системи забезпечення економічної стійкості, що використовує маркетингові прийоми, вибір подальших методів та організаційно-управлінських заходів щодо підвищення економічної стійкості (створення нових продуктових ліній, систем розподілу, реорганізація системи управління, впровадження інтегрованих комп'ютерних систем, узгодження системи цін, вдосконалення взаємодії з клієнтами і т.п.).

Після проведення досліджень ринку можуть бути реалізовані етапи розробки та впровадження комплексної системи маркетингового моніторингу загроз економічній стійкості, для чого визначаються конкретні методи моніторингу, складений детальний перелік заходів по всіх напрямках спостереження (цільові ринки, групи споживачів, основні конкурентні параметри і т.п.). В цілому, склад маркетингових заходів, здатних впливати на стан економічної стійкості, для кожного конкретного ринку окремі, але загальними є: формування системи оцінки основних загроз зовнішнього середовища, визначення методів їх діагностики, спостережень та запобігання, а також комплексні заходи, що включають і маркетингові компоненти щодо мінімізації ризиків. Виявлення нової функції маркетингу, спрямованої на забезпечення економічної стійкості підприємства, обумовлює проведення спеціальних досліджень і розробок, визначення можливостей маркетингу по виявленню та запобіганню небезпекам. Використання маркетингу в даній сфері дозволить удосконалити управлінський інструментарій, зробити його більш ефективним для застосування в складних економічних умовах. Розвиток маркетингу, освоєння нових сфер його дії повинні сприяти подоланню

складностей вітчизняної економіки, стати одним з факторів проходження кризових етапів розвитку з найменшими втратами.

Крім системного вивчення ринку і параметрів зовнішнього середовища оцінка перспективних рівнів економічної стійкості повинна враховувати зміни, які відбуваються безпосередньо на підприємстві (наприклад в системі управління підприємством, організаційній культурі). Стійкість повинна забезпечуватися в будь-яких умовах і ситуаціях, що виникають як в зовнішньому, так і внутрішньому середовищі.

Слід відмітити, що застосування маркетингу в цілях забезпечення економічної стійкості підприємства не тільки дозволяє деталізувати та конкретизувати існуючі та потенційні загрози, але і уточнює сутнісні пріоритети розвитку підприємства. Якщо традиційно метою господарської діяльності вважалось досягнення прибутку і на це було спрямовано все економічне управління, в тому числі і маркетинг, то в сучасному розумінні найважливішою метою функціонування економічної системи стає її стабільний розвиток і забезпечення потреб споживачів (основний маркетинговий принцип). Сам факт виживання підприємства в висококонкурентних умовах виступає як основна мета управління, що визначає значимість збереження та розширення ринкової частки підприємства, досягнутого на основі використання маркетингу. Відповідно, якщо раніше при оцінюванні ефективності господарської діяльності в основному орієнтувалися на фінансові показники, перш за все, на прибутковість, то тепер необхідно розглядати результативність економічної діяльності з позицій збереження конкурентного потенціалу, стійкого положення на ринку, лояльності споживачів та ін. Скласти оцінки даним параметрам, що характеризують економічну стійкість підприємства, можна тільки за допомогою маркетингу. Регулярна оцінка вищевказаних параметрів повинна проводитися під час постійного маркетингового моніторингу. Тоді в сучасних складних умовах ринкової діяльності підприємство має з використанням маркетингу здійснювати постійний моніторинг можливих небезпек економічній стійкості, основні з яких були виділені вище. Подібна система моніторингу має не лише функціонувати в найближчій сфері діяльності підприємства, але й реалізовуватися в масштабах ринку на регіональному або галузевому рівні.

Проведення маркетингового моніторингу ринкового стану, безумовно, грає дуже важливу роль в системі забезпечення економічної стійкості підприємства, але неправильна його організація не тільки не забезпечить необхідний рівень безпеки та стійкості, але й може знизити його.

Помилки можуть проявлятися у вигляді заміни стратегічних цілей показників економічного розвитку та економічної стійкості, надмірного контролю за діяльністю підрозділів та співробітників, перевантаженням керівників інформацією, що надходить від системи моніторингу тощо. Тому завдання, що стоїть перед керівництвом, – визначити чітке положення щодо ролі та місця моніторингу системи для забезпечення ефективного вирішення лише тих задач, які відповідають завданням забезпечення економічної стійкості в рамках стратегічного плану маркетингу.

Висновки з проведеного дослідження. Для комплексного оцінювання економічної стійкості підприємства та визначення механізмів її забезпечення слід розглядати цю категорію як сукупність взаємопов'язаних складових, які забезпечують здатність підприємства до організації беззбиткової господарської діяльності, досягнення стабільного ринкового положення, достатній ресурсний потенціал та збалансований процес функціонування. За функціональною ознакою складові економічної стійкості підприємства доцільно поділити на: фінансову, виробничу, кадрову, маркетингову, інвестиційну та управлінську. Вважаємо, що з врахуванням інтенсивності конкурентних процесів визначальною складовою забезпечення

економічної стійкості має бути маркетингова складова, що передбачає максимально повне використання ринкових умов для отримання прибутку та сприяє зміцненню конкурентних позицій підприємства.

Маркетинговий моніторинг економічної стійкості – це оперативна інформаційно-аналітична система спостереження за динамікою розвитку підприємства, що дозволяє вчасно приймати управлінські рішення, він доповнює і обґрунтовує основну діяльність підприємства, але не є провідним напрямком, тому і витрати на його реалізацію повинні бути відповідними. Якщо підприємство невелике і не має значних планів щодо радикальних змін товарної політики чи цільових ринків, то для нього доцільно максимально спростити систему моніторингу економічної стійкості. Але і великим підприємствам не слід занадто перевантажувати систему досліджуваних показників (індикаторів), так як це знизить її ефективність та швидкість.

Таким чином, проведення моніторингу ринкового стану, безумовно, відіграє дуже важливу роль в системі забезпечення економічної стійкості підприємства, але неправильна його організація не тільки не забезпечить необхідний рівень безпеки та стійкості, але й може знизити його.

Список використаних джерел:

1. Абалкин Л. В., Аксенов В. В., Алтухов Ю. П. Новая парадигма устойчивого развития, комплексные исследования проблем устойчивого развития. М: Академия, 2010. 458 с.
2. Ареф'єва О. В., Городянська Д. М. Економічна стійкість підприємства: сутність, складові та заходи з її забезпечення. Актуальні проблеми економіки. 2008. № 8(86). С. 83-90.
3. Афоничкин А.И., Журова Л.И. Модель оценки экономической устойчивости предприятий. Фундаментальные исследования. 2015. 10-1. С. 131-136.
4. Ганус С.М. Маркетинг как инструмент обеспечения экономической безопасности рыночной деятельности. Экономика и управление. 2009. 2(51). С. 132-137.
5. Глушко О.В., Гришова І. Ю., Щербата М. Ю. Визначення рівня економічної стійкості підприємств на основі показників ефективності. Економічний часопис-XXI. 2015. № 11-12. С. 82-86.
6. Дробишева О.О., Гюльназарян В.В. Економічна стійкість підприємства та шляхи її забезпечення. Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_6_077.pdf
7. Чумак Л. Ф., Богданова О. Є. Економічна стійкість підприємства: фактори та механізм управління. Вісник економіки транспорту і промисловості. № 49, 2015. С. 165-169.

Larina Y.S.

METHODOLOGICAL APPROACHES TO ENSURING ECONOMIC STABILITY OF ENTERPRISES ON THE BASIS OF MARKETING MONITORING

The article is devoted to the consideration of modern methodological approaches to ensuring economic stability of the enterprise. The author has identified and systematized methodical approaches to the definition and evaluation of economic sustainability of the enterprise. The definition of economic stability is given. It was proposed to consider this category as a set of interconnected components that provide the ability of the enterprise to organize a break-even economic activity, to achieve a stable market position, sufficient resource potential and a balanced functioning process for the complex estimation of the economic stability

of the enterprise and determination of the mechanisms of its provision. On a functional basis, financial, production, personnel, marketing, investment and management components of the economic stability of the enterprise are highlighted, with the emphasis on the priority of the marketing component, including the levers of ensuring economic stability in highly competitive markets. The mechanism of providing stability of the enterprise based on marketing tools is proposed. The methodology of constructing a system of marketing monitoring of economic threats and risks should be based on the principles of phasing and planning of all measures, which will allow, upon completion of the next stage, to make necessary adjustments to the plan of further actions. Implementation of the system of marketing monitoring of economic sustainability includes the following stages: carrying out preliminary market diagnostics; development of a monitoring system: the definition of a set of indicators and assessments, methods for their determination on the basis of the received data, calculation and further analysis; implementation of the system of marketing monitoring, its organizational and economic provision as a structural element of economic management.

Key words: economic stability of enterprise, mechanism of maintenance of enterprise stability, marketing monitoring.

УДК 659.126.658.8

Ліпич Л.Г.

доктор економічних наук, професор,
декан факультету економіки та управління
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Хілуха О.А.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки,
безпеки та інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Кушнір М.А.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів, страхування та банківської справи
Львівського університету бізнесу та права

СОЦІОЛОГІЧНІ ОПИТУВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ РЕЙТИНГУ РОБОТОДАВЦЯ

У статті проаналізовано взаємозв'язок соціологічних опитувань працівників підприємств та рейтингу роботодавця. Створення системи, що дозволяє стати підприємству хорошим роботодавцем з хорошими місцями роботи, тобто системи HR-брендингу, дозволить працівникам отримати не лише економічні, але й професійні та соціально-психологічні вигоди. Обґрунтовано, що для формування позитивного іміджу на ринку праці, в тому числі щодо діючих працівників, які інформують потенційних кандидатів, про умови праці слід використовувати такий інструмент як соціологічні опитування. Його проведення має ряд переваг, адже дозволяє врахувати думку трудового колективу, це в свою чергу покращувати умови праці відповідно до потреб персоналу. Аналіз результатів досліджень показав, що підприємства, які використовували соціологічні опитування, мають вищий імідж. Для отримання вигоди від такого роду досліджень необхідно широко використання їх результати при прийнятті управлінських рішень.

Ключові слова: соціологічні опитування, HR-брендинг, зовнішній та внутрішній брендинг роботодавця, управління персоналом підприємства.

В статье проанализирована взаимосвязь социологических опросов работников предприятий и рейтинга работодателя. Создание системы, позволяющей предприятию быть хорошим работодателем с хорошими местами работы, то есть системы HR-брендинга, позволит работникам получить не только экономические, но и профессиональные и социально-психологические выгоды. Обосновано, что для формирования положительного имиджа на рынке труда, в том числе и работающими, которые информируют потенциальных кандидатов об условиях труда, следует

использовать такой инструмент как социологические опросы. Проведение опросов имеет ряд преимуществ, ведь позволяет учесть мнение трудового коллектива, это в свою очередь позволяет улучшить условия труда в соответствии с потребностями персонала. Анализ результатов исследований показал, что предприятия, которые использовали социологические опросы, имеют более высокий имидж. Для получения выгоды от такого рода исследований необходимо широко использовать их результаты при принятии управленческих решений.

Ключевые слова: социологические опросы, HR-брендинг, внешний и внутренний брендинг работодателя, управление персоналом.

Постановка проблеми. Успішність будь-якого підприємства залежить від інтелектуальних здібностей та кваліфікації персоналу. Висококваліфікований працівник буде прагнути залишитись на підприємстві, якщо воно створить сприятливі умови, при яких він буде мотивованим до роботи. Традиційними засобами стимулювання діяльності персоналу є премії, винагороди та «соціальні пакети». Проте, на нашу думку, додатковою умовою, яка сприятиме зниженню плинності кадрів та залученню високопродуктивного персоналу є створенням підприємству позитивного іміджу роботодавця (HR-брендинг, employer branding), як місця роботи зі сприятливим соціально психологічним кліматом, який створює для працівників не лише економічні, але й професійні вигоди.

Для того щоб сформувати позитивний імідж на ринку праці, в тому числі щодо діючих працівників, можна використовувати різні інструменти. Одним з яких є соціологічні опитування працівників. Вони дозволяють врахувати думку трудового колективу та є засобом врахування потреб працівників.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження HR-брендингу започатковані Т. Амблер та С. Берроуз [6], К. Бекхаус [7], С. Кноксом [10] та ін. Серед вітчизняних науковців питаннями HR-брендингу займалися О. О. Гетьман та А. І. Цибулько [1], Т. В. Збрицька [2], О.В. Сардак [5] та інші. Через новизну такого напрямку у сфері управління персоналом організації відсутній єдиний підхід до дослідження та використання HR-брендингу в діяльності організації. Така ситуація пов'язана з міждисциплінарністю сфери досліджень та необхідністю поєднання вже усталеної для маркетингу та управління персоналом термінології. У той же час дослідники цього питання переважно роль у HR-брендингу відводять іміджу організації як роботодавця на ринку праці й цим самим обмежують його вплив на внутрішні складові управління персоналом,

Мета статті. Для розуміння важливості HR-брендингу в системі управління персоналом необхідно розкрити його комплексний і системний характер та виокремити інструменти його підвищення. Завданням статті є визначення сутності HR-брендингу та його

місця в забезпеченні ефективності його функціонування на підприємстві. Обґрунтування необхідності використання соціологічних опитувань працівників підприємства, як інструменту підвищення брендингу роботодавця.

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін «бренд роботодавця» (employer brand) використав С. Берроуз та Т. Емблером. Автори трактують бренд роботодавця як сукупність функціональних, психологічних і економічних переваг, які надає роботодавець [6]. На думку фахівців, бренд роботодавця є набором характеристик і якостей, часто неявних, які вирізняють компанію від інших і надають покращені умови праці [9]. С. Фріман розглядає бренд роботодавця як імідж організації, «срязкове місце роботи» [10]. О.В. Сардак визначає бренд роботодавця як місце роботи де задовольняються потреби персоналу [5].

Існує відмінність між категоріями «бренд роботодавця» та «брендинг роботодавця». Брендинг роботодавця – це процес просування компанії як місця роботи, що має ряд переваг для цільових груп, яких компанія потребує і хоче залучити та утримати [4]. Погоджуємося з думкою науковців, що брендування у сфері управління персоналом (брендинг роботодавця) є системою заходів, спрямованих на створення сприятливого (позитивного) іміджу роботодавця з метою залучення та утримання кваліфікованих і компетентних фахівців, посилення їхньої лояльності та мотивації [1].

Брендинг роботодавця представляють вмотивовані працівники підприємства. Концептуальна модель, що пов'язує цілі брендингу та засоби їх досягнення відрізняється на рис. 1

Як впливає з цієї моделі, HR-брендинг через співпрацю працівника з підприємством та організаційну культуру створює лояльність до компанії, яка в підсумку призводить до зростання продуктивності працівників. У той же час через сприятливі соціально-психологічні умови праці створюється позитивний імідж роботодавця, що сприяє підвищенню привабливості підприємства серед потенційних кандидатів. В цілому дана схема дозволяє побачити основні взаємозв'язки між цілями та результатами брендингу роботодавця, його засобами та завданнями.

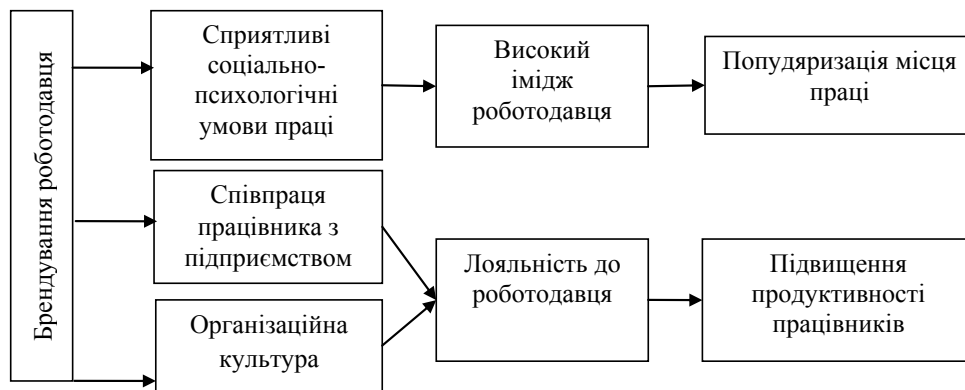


Рис. 1. Концептуальна модель брендингу роботодавця (HR-брендинг)

Джерело: [7, с. 501-517]

Розрізняють зовнішній та внутрішній брендинг роботодавця. Метою зовнішнього брендингу є залучення кваліфікованих і талановитих працівників; через створення позитивного іміджу на ринку праці. До його інструментів відносять співпрацю з вузами; формування програм рекрутингу, аутстафінгу, аутплейсменту; рекламу в ЗМІ як успішного роботодавця; управління іміджем підприємства та проведення зовнішніх PR-заходів.

Внутрішній брендинг роботодавця спрямований на підвищення задоволеності персоналу роботою і його залучення до управління підприємством, як вищого рівня мотивації. Працівники повинні пишатися тим, що вони працюють саме в цій організації. Багато програм внутрішнього брендингу спрямовані на підтримку талановитих фахівців і управлінців. Важливо відзначити, що для підвищення лояльності таких працівників важливі не лише матеріальні стимули, але і нематеріальні: можливість для самореалізації, визнання авторитету, підвищення змістовності роботи.

Якщо підприємство вміло управляє своїм внутрішнім брендингом, то його працівники стають носіями брендингу роботодавця, адже воно асоціюється з торговою маркою, іміджем та привабливістю підприємства. Позитивний внутрішній (як і зовнішній) імідж роботодавця може принести йому багато переваг, в тому числі: зниження витрат; стабільність функціонування на ринку; зменшення ризиків; збільшення задоволеності і лояльності працівників; підвищений інтерес потенційних працівників; довіра до підприємства; поліпшення відносини між підприємством та зовнішніми контрагентами, швидше проникнення нових продуктів на ринок.

Брендинг роботодавця можна досліджувати за допомогою таких методів:

- соціологічного опитування працівників, кандидатів на вакантні посади, партнерів підприємства тощо;

- вивченням інформації, опублікованої в засобах масової інформації та розміщеної в Інтернеті;

- аналізуванням статистики звернень кандидатів на вакантні посади;

- інтерв'юванням працівників, які звільнилися з роботи;

- використанням послуг рекрутингових агенцій;

- порівнянням практики формування позитивного брендингу роботодавця з кращими практиками у цій сфері тощо [3, с. 20].

Соціологічне опитування може бути визначено як процес вивчення думок персоналу з питань, пов'язаних із функціонуванням підприємства. Результативне дослідження, може бути проведене за умови дотримання таких умов:

- узгодження дослідження з організаційними та правовими нормами підприємства;

- підтримка керівництвом на етапі підготовки та реалізації дослідження;

- постійна співпраця з представниками підприємства;

- використання індивідуальних методів дослідження, з урахуванням особливостей підприємства;

- анонімність;

- добровільна участь;

- участь в опитуванні всіх працівників або об'єктивно обраного, представника групи;

- вивчення різних аспектів питання;

- розробка рекомендацій щодо впровадження змін для поліпшення функціонування організації, як наслідок, результатів обстеження;

- інформування персоналу про заходи, вжиті в ході розробки та здійснення обстеження, а також за його результатами.

Проведення соціологічних опитувань працівників забезпечує підприємство великим обсягом інформації, зокрема даними про функціонування підприємства та працівників, їх потреби, очікування і мотивації, які

слід використовувати для поліпшення управління підприємством, комунікування в межах організації, оптимізації проривів (виявивши проблеми, появляється можливість більш оперативно реагувати на них), підвищення ефективності, підвищення задоволеності, мотивації та участі в управлінні, формування позитивного іміджу як роботодавця. Проте успіх можливий лише тоді, коли зібрані дані будуть використовуватися в рішеннях, що приймає керівництво підприємства.

Перше опитування керівників 27 підприємств Волинської та Рівненської областей проводилося у 2015 році шляхом використання трьох дослідницьких методів: телефонне інтерв'ю, онлайн-опитування (анкета надсилалася електронною поштою) та поштовий опитувальник. Предметом опитування управлінців було:

- визначення того, скільки досліджених підприємств проводили опитування працівників, а також періодичність їх проведення (зазначаючи основні причини проведення таких опитувань);
- виявлення компонентів методології опитування працівників, які найбільш часто використовувалися;
- визначення основних переваг, що виникають під час досліджень працівників;
- визначення рівня впливу результатів, отриманих від дослідження, на рішення керівництва підприємств.

Друге дослідження, проведено протягом 2015-2017 років, включало опитування загалом 345 працівників з 17 різних підприємств. Залежно від побажань організації, використо-

увалися методи поштового, прямого та інтернет-опитування або поєднання цих трьох методів. Предметом опитування серед працівників було визначення відмінностей в сприйнятті підприємств, що використовують результати опитувань працівників з питань їх діяльності, а також тих, які не використовують або не проводять таких досліджень.

Визначення внутрішнього іміджу підприємства як роботодавця здійснено на основі методу проекції та шкали Лайкерта. Сутність методу проекції полягає в тому, що створюється експериментальна ситуація, що допускає множинність можливих інтерпретацій і її сприйняття респондентами. Цей метод широко застосовуються в дослідженні брендингу роботодавця (HR-брендинг), оскільки дозволяють відповісти на питання: Чому працівникам подобаються чи не подобаються ті чи інші дії керівників? Чому їм важливий той чи інший соціальний пакет? Які дії з боку підприємства могли б вплинути на підвищення їх продуктивності? Кожна відповідь відображала позитивний, негативний або нейтральний брендинг роботодавця. Сутність п'ятибальної шкали вимірювань Лайкерта полягає в оцінці респондентом рівня своєї згоди або незгоди з набором тверджень за допомогою бальної системи оцінки (де 1 бал означає повну незгоду, або несхвалення; 2 – незгода; 3 – байдужість; 4 – згода і 5 – повна згода).

Інтегровані результати дослідження брендингу роботодавця на підприємствах, де проводились та не проводились соціологічні опитування подані на рис. 2 та рис. 3.

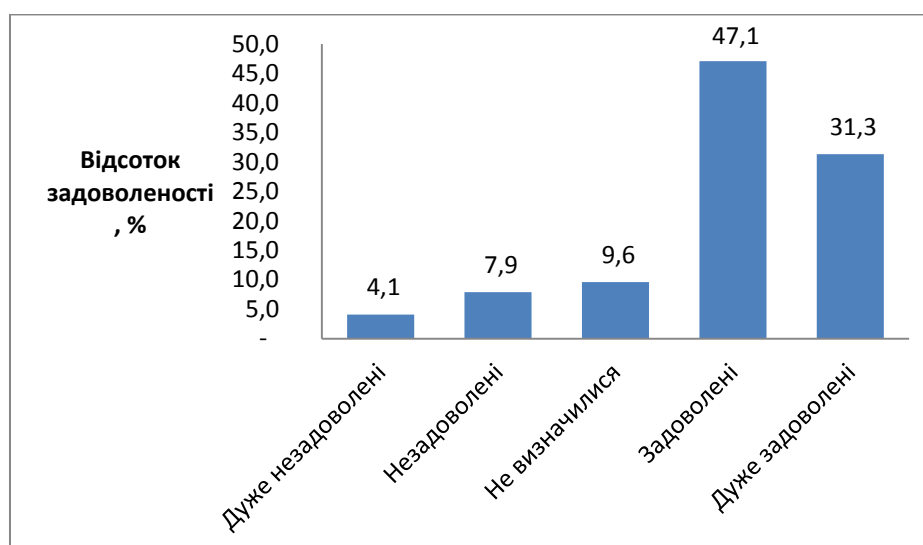


Рис 2. Результати опитувань, щодо задоволеності роботою працівників підприємств, що використовують соціологічні опитування [n = 345], де n – кількість опитаних працівників

Джерело: власне дослідження, засноване на результатах опитування

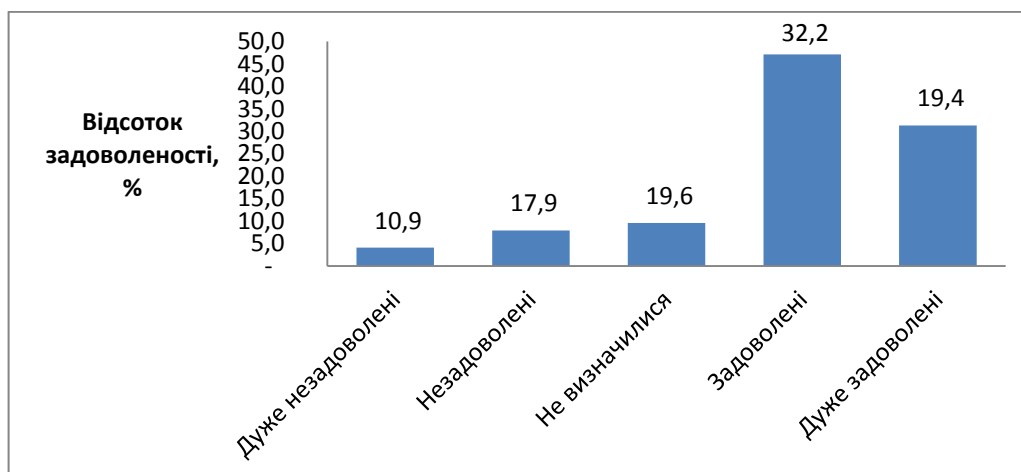


Рис. 3. Результати опитувань, щодо задоволеності роботою працівників підприємств, що не використовують соціологічні опитування [n = 303], де n кількість опитаних працівників

Джерело: власне дослідження, засноване на результатах опитування

Результати дослідження показали, що на підприємствах, де проводились соціологічні опитування, 78,4 % респондентів позитивно відносяться до роботодавця, а отже прагнуть залишитися на підприємстві та задоволені (або дуже задоволені) умовами праці

На підприємствах, де соціологічні опитування не проводилися рівень задоволеності складає 51,4%, що на 27 % нижче рівня підприємств, де такі опитування проводяться на регулярній основі.

Висновки з проведеного дослідження. Правильний набір методів мотивування персоналу позитивно відображається на задоволеності працівників своєю роботою і дозволяє підви-

щити економічну ефективність підприємства в цілому. Якщо зусилля керівників спрямовані на задоволення інтересів, цінностей і прагнень персоналу, то працівники такого підприємства підвищують імідж роботодавця та прагнуть залишитися на підприємстві.

Проведення соціологічних опитувань працівників на регулярній основі може бути чинником, який позитивно впливає як на імідж організації так і рейтинги роботодавця. Додатковими перевагами його проведення є задоволеність роботою та врахування потреб працівників, оскільки отримані результати можна використовуватися у прийнятті управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Гетьман О. О., Цибулько А. І. Розвиток сучасних маркетингових персонал-технологій у діяльності вітчизняних підприємств. Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. 2014. № 2. С. 5-15.
2. Збрицька Т. HR-брендинг як інструмент управління організації. Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. 2010. № 14. С. 14.
3. Кучеров Д. Г. Бренд роботодавця: область маркетингу чи управління людськими ресурсами? Вісник СПбГУ. 2009. Сер. 8. Вип. 3.
4. Мартін Г. Корпоративна репутація, брендинг і управління персоналом / Г. Мартін, С. Хетрік. М. : Група ІДТ, 2008.
5. Сардак О. В. Особливості управління HR-брендом підприємств в умовах ринкової економіки. Науковий вісник НЛТУ України. 2011. Т. 21. № 15.
6. Ambler T., Barrow S. The employer brand. The Journal of Brand Management. 1996. Vol. 4. P. 185-206.
7. Backhaus K., Tikoo S. Conceptualizing and Researching Employer Branding. Career Development International. 2004. Vol. 9. N 5. P. 501-517.
8. Berthon P., Ewing M., Hah L., Captivating Company: Dimensions of Attractiveness in Employer Branding. International Journal of Advertising. 2005. Vol. 24. № 2. P. 151-172.
9. Katoen R. J., Macioschek A., Employer Branding & Talent Relationship Management. Improving the Organizational Recruitment Approach. URL: <http://www.bbh.ro/site/imagini/1023226514.pdf>. – 2008.
10. Knox S., Freeman C. Measuring and Managing Employer Brand Image in the Service Industry. Journal of Marketing Management. 2006. Vol. 22. № 7/8. P. 695-716.

Lipych L.G., Khilykha O.A., Kushnir M.A.

SOCIOLOGICAL REVIEWS OF THE ENTERPRISE EMPLOYEES AS AN INSTRUMENT FOR THE EMPLOYER RATING

The article analyzes the correlation between sociological reviews of enterprise employees and the employer rating. An HR branding system will allow the enterprise to become a good employer with good businesses, and ensure receiving economic and socio-psychological benefits. The paper proves that sociological reviews will help to form a positive vision on the labor market, to find new candidates; to improve working conditions. Furthermore, it allows an employer to take into account the opinion of the employees and satisfy their needs. The analysis points that enterprises that use sociological reviews have a good vision. If their results widely used in making director decisions, it will have advantages not only for employee and employer but business development.

Key words: sociological reviews, HR-branding, external and internal branding of the employer, management.

УДК 627.212 (477)

Логута Т.Г.

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри інноватики та управління
Приазовського державного технічного університету

Полторацький М.М.

аспірант кафедри інноватики та управління
Приазовського державного технічного університету
заступник голови з економіки
Адміністрації морських портів України

МОДЕРНІЗАЦІЯ ІНФРАСТРУКТУРИ МОРСЬКИХ ПОРТІВ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У статті авторами представлено та проаналізовано структуру вантажопереробки в українських морських портах у 2018 р., виділено ключові типи вантажів (зерно, руда, вугілля, олія); досліджено та проілюстровано прогноз вантажопереробки (базовий та оптимальний варіанти) у морських портах України у період 2018-2038 рр.; досліджено та проілюстровано об'єм капітальних інвестицій в морських портах України у 2013-2017 рр.; наведено перелік перспективних інфраструктурних інвестиційних проектів в таких українських портах, як: Южний, Маріуполь, Рені, Ольвія, Чорноморськ, Одеса та Херсон; серед проектів проаналізовано найбільш привабливі для потенційних інвесторів (спеціалізовані перевантажувальні комплекси для вантажів, реконструкція причальної лінії, концесія залізнично-поромного комплексу державного підприємства).

Ключові слова: морський порт, вантажопереробка, капітальні інвестиції, модернізація, проект, інвестор.

В статье авторами представлена и проанализирована структура грузоперевалки в украинских морских портах в 2018 г., выделены ключевые типы грузов (зерно, руда, уголь, масло); исследован и проиллюстрирован прогноз грузоперевалки (базовый и оптимальный) в морских портах Украины в 2018-2038 гг.; исследован и проиллюстрирован объем капитальных инвестиций в морских портах Украины в 2013-2017 гг.; приведен перечень перспективных инфраструктурных проектов в таких украинских портах, как: Южный, Мариуполь, Рени, Ольвия, Черноморск, Одесса и Херсон; среди проектов проанализированы наиболее привлекательные для потенциальных инвесторов (специализированные перегрузочные комплексы для грузов, реконструкция причальной линии, концессия железнодорожного паромного комплекса государственного предприятия).

Ключевые слова: морской порт, грузооборот, капитальные инвестиции, модернизация, проект, инвестор.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку української економіки розвиток портової галузі є пріоритетним стратегічним вектором сучасної державної політики, тому питання модернізації інфраструктури українських морських портів є актуальною науковою темою дослідження в умовах активного розвитку транспортної галузі України.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні та практичні питання роботи морських портів України в сучасних умовах розвитку національної економічної системи стали предметом досліджень багатьох вітчизняних провідних наукових установ та представлені в роботах наступних науковців: В.В. Вінніков, Н.В. Дубовик, Є.В. Ігнатенко, С.В. Ільченко, О.О. Карпенко, М.М. Макаренко, О.В. Меркт, В.М. Мірошко, О.П. Подцерковний, І.П. Продіус, С.В. Руденко, Т.О. Цабієва та інші.

Мета статті – аналіз комплексного процесу модернізації елементів портової інфраструктури в Україні в умовах ефективного розвитку транспортної галузі України.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах розвитку України інфраструктура морських портів, як ключових стратегічних державних підприємств, потребує ефективної модернізації при умовах перспективного збільшення вантажопотоків та поступового залучення нових видів транзитних вантажів або розширення спектру послуг стивідорними компаніями для міжнародних клієнтів-споживачів.

Згідно прогнозам фахівців морської галузі вантажні перевезення будуть поступово збіль-

шуватися, що на пряму корелюється з необхідністю впровадження модернізації об'єктів морської інфраструктури, основними елементами якої є: причальна інфраструктура та наземна інфраструктура.

Слід зазначити, що фінансування та утримання гідротехнічних споруд в об'ємах, необхідних для підтримання їх паспортних характеристик, здійснюється за рахунок портових зборів, що справляються у морських портах, де розташовані гідротехнічні споруди.

Згідно галузевого Закону України «Про морські порти України» [1] у морському порту стягуються такі портові збори: корабельний, причальний, якірний, каналний, маяковий, адміністративний та санітарний. Використання коштів від портових зборів допускається виключно за їх цільовим призначенням.

Основними драйверами вантажопереробки в українських морських портах є: руда, вугілля, чорні метали, зерно та олія (див. рис. 1). Зниження перевалки таких вантажів як зерно та руда пов'язано зі зменшенням виробництва наведеної продукції та більш низьким врожаєм у 2018 р. порівняно з 2017 р.

Згідно прогнозам фахівців морської галузі України планові показники вантажопереробки продукції через морські порти мають позитивний тренд зростання (див. рис. 2).

Слід зазначити, що за 1 кв. 2018 р. загальний об'єм перевезень вантажів відносно 1 кв. 2017 р. знизився на 0,5% (43 605 тис. тонн) та має структуру, яка представлена на рис. 3.

Серед груп вантажів в українських морських портах за 4 місяці 2018 р. лідером є сухован-

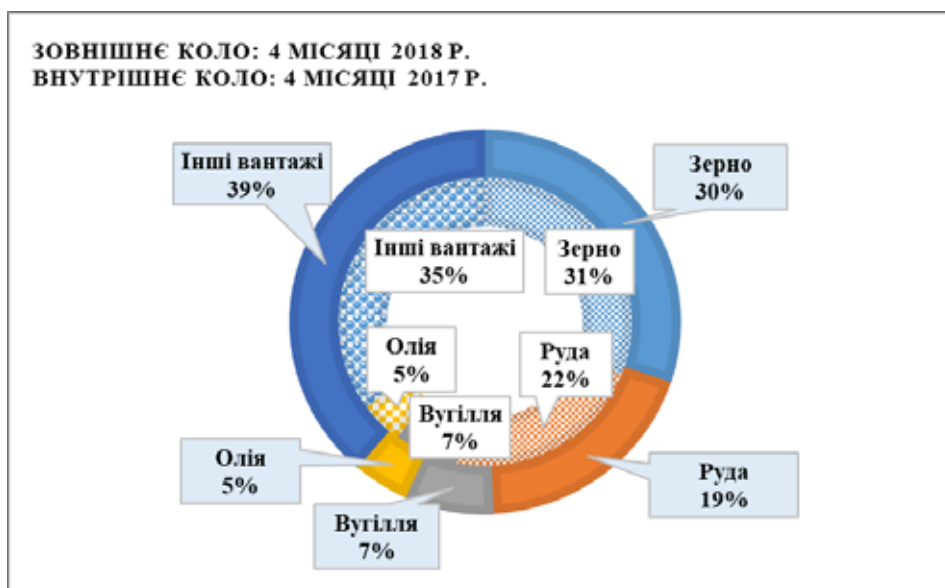


Рис. 1. Структура вантажопереробки в українських морських портах за 4 місяці 2017 та 2018 рр.

Джерело: побудовано авторами на основі опрацювання [2]

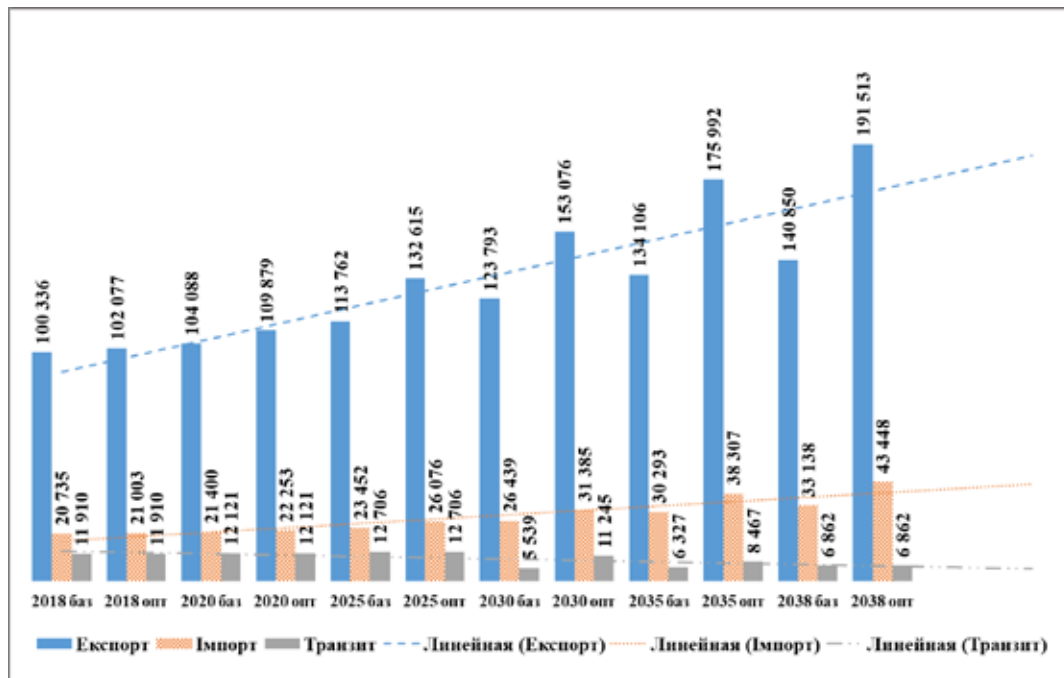


Рис. 2. Прогноз вантажопереробки (базовий та оптимальний варіанти) у морських портах України у період 2018-2038 рр.

Джерело: побудовано авторами на основі опрацювання [3]



Рис. 3. Структура вантажопереробки в українських морських портах по ключових групах за 4 місяці 2018 р.

Джерело: побудовано авторами на основі опрацювання [2]

тажні сипучі вантажі, до складу яких входять: вугілля, руда та зерно. У аналогічному періоді 2017 р. структура по групах товарів була наступна: наливні – 8,5%, суховантажні сипучі – 72,9% та тарно-штучні вантажі – 18,5%.

В нас час державне підприємство «Адміністрація морських портів України» включає 13 морських портів та 263 причали, що експлуатуються відносно спеціалізації конкретного морського порту.

У 2017 р. показник вантажопереробки по всьому підприємству (сумарно всі морські порти) досяг відмітки 133 млн. тонн та прибуток досяг позначки 8 402 млн. грн.

Динаміка об'єму капітальних інвестицій представлена авторами на рис. 4. У 2017 р. відбулося збільшення капітальних інвестицій у порівнянні з 2013 р. на 38,71%, з 2014 р. на 66%, з 2015 р. на 281,49% та з 2016 р. на 146,97%. Збільшення капітальних інвестицій у 2017 р. пов'язано з впровадженням більш ефективної політики з переформатування морської галузі згідно світовим стандартам та нарощування темпів модернізації інфраструктури українських морських портів.

ДП «Адміністрація морських портів України» за підтримки уряду та галузевих профільних організацій було виокремлено ряд перспективних інфраструктурних інвестиційних проектів у портах Южний, Маріуполь, Рені, Ольвія (спеціалізований морський порт), Чорноморськ, Одеса та Херсон. За даними [4] велика частина проектів передбачає реконструкцію і будівництво нових перевантажувальних потужностей, включаючи будівництво нових причалів та тилових комплексів.

В порту «Южний» планується будівництво спеціалізованого перевантажувального комплексу навалювальних вантажів та реконструкції комплексу причалів №№ 5-8.

Завдання проекту полягає у забезпеченні збільшення обсягів та швидкості перевантаження експортних навалювальних вантажів, які поступають в порт залізничним транспортом та відвантажуються на морські судна (причали

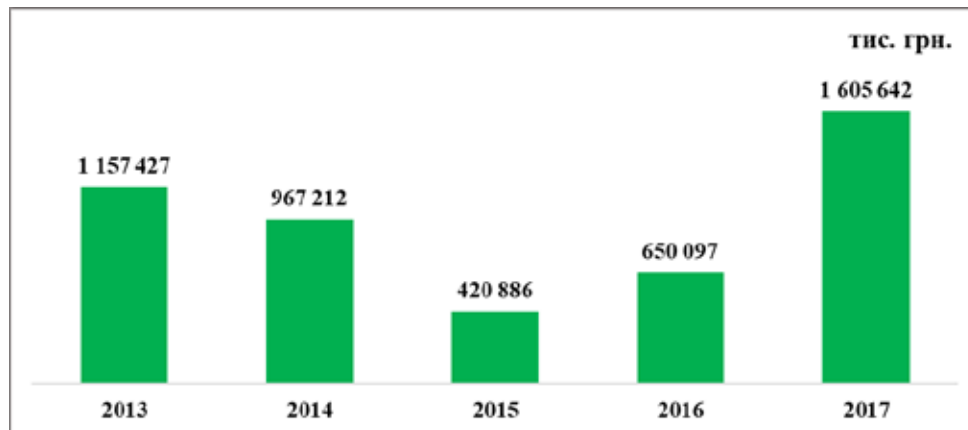


Рис. 4. Капітальні інвестиції в морських портах України у період 2013-2017 рр., тис. грн.

Джерело: побудовано авторами на основі опрацювання [2]

№№ 5, 6), а також імпорتنих навалювальних вантажів, які поступають в порт морським шляхом та відвантажуються на залізничний транспорт (причали №№ 7, 8).

В порту Маріуполь планується будівництво спеціалізованого перевантажувального комплексу зернових вантажів в тилу причалів №№ 3, 4.

Будівництво спеціалізованого перевантажувального комплексу зернових вантажів планується у дві черги:

- I черга здійснюється державним підприємством «Маріупольський морський торговельний порт» та включає установку 10 силосів ємністю по 5,7 тис. тонн кожен, можливість автомобільного і залізничного розвантаження, встановлення однієї суднонавантажувальної машини продуктивністю до 1000 т/год.;

- II черга планується здійснюватися за рахунок коштів приватного інвестора та включає установку приймального технологічного обладнання другого потоку станції розвантаження залізничних вагонів, блоку 4 оперативних силосів ємністю 2 тис. тонн, 13 силосів для зберігання зерна ємністю 74,1 тис. тонн, зерносушарки, причальної конвеєрної галереї та суднонавантажувальної машини.

Роботи, які необхідно здійснити: будівництво зернового терміналу в тилу причалів №№ 3, 4 та реконструкція гідротехнічної частини причалів №№ 3, 4. Форма реалізації проекту: державно-приватне партнерство.

В порту Рені розробляється декілька проектів одночасно, а саме:

- 1) розвиток перевантажувального комплексу в тилу причалів №№ 34, 35, 36, 37 морського порту Рені;

- 2) розвиток виробничих потужностей на базі набережної портових майстерень (допоміжні причали №№ 1В, 29В) в морського порту Рені;

- 3) розвиток перевантажувального комплексу на території «Бази технічного обслуговування» морського порту Рені.

В спеціалізованому морському порту «Ольвія» розглядається Проект концесії майна державного підприємства «Стивідорна компанія «Ольвія», розташованого на лівому березі річки Південний Буг, із легким доступом до відкритого моря та системи внутрішніх водних шляхів. У рамках проекту розглядається можливість реконструкції, модернізації існуючих об'єктів та будівництво нових портових терміналів. Передбачається можливість будівництва нових причалів та проведення днопоглиблювальних робіт.

Концесія – надання з метою задоволення громадських потреб уповноваженим органом виконавчої влади чи органом місцевого самоврядування на підставі концесійного договору на платній та строковій основі юридичній або фізичній особі (суб'єкту підприємницької діяльності) права на створення (будівництво) та (або) управління (експлуатацію) об'єкта концесії (строкове платне володіння), за умови взяття суб'єктом підприємницької діяльності (концесіонером) на себе зобов'язань по створенню (будівництву) та (або) управлінню (експлуатації) об'єктом концесії, майнової відповідальності та можливого підприємницького ризику [5].

В порту Чорноморськ розглядається Проект концесії залізнично-поромного комплексу державного підприємства «Морський торговельний порт «Чорноморськ». Розглядається можливість передання залізнично-поромного комплексу з причалами №№ 26, 27, 28 загальною площею 36,86 га, як єдиного майнового комплексу, компанії-інвестору на умовах договору концесії для здійснення реконструкції, переоснащення та подальшої експлуатації.

В порту Одеса пропонується передача пасажирського терміналу Одеського морського вокзалу інвестору для оперування та співробітництва. Пасажирський термінал Одеського морського порту розташований у центрі міста, поруч із основними визначними пам'ятками міста. На пасажирському терміналі розташовані наступні об'єкти: концертно-виставковий зал і центральний зал будівлі терміналу; готель «Одеса»; ресторан «Гранд Європа»; морська арт-галерея та яхтовий комплекс.

В порту Херсон планується впровадження Проекту концесії майна державного підприємства «Херсонський морський торговельний порт». Проект передбачає передачу майна державного підприємства «Херсонський морський торговельний порт» з основною операційною ділянкою 12,8 га та площею на лівому березі 30 га, як цілісного майнового комплексу, інвестору за концесійною угодою для реконструкції, переобладнання та подальшої експлуатації.

В рамках проекту необхідно зробити модернізацію існуючої портової інфраструктури, відновлення рухомого майна (необхідні капітальні інвестиції оцінюються міжнародними консультантами на суму до 45 млн. дол. США); оперативну оптимізацію та підвищення якості послуг відповідно до найкращих міжнародних екологічних та соціальних стандартів; створення ґрунтовної бази для зростання пропускної спроможності портів.

Слід відмітити, що сприятливе місце розташування та мультимодальний доступ до порту – це можливість для розвитку мультимодального вантажного вузла, величезний потенціал за рахунок нововведень та модернізації; значний потенціал зростання експорту оцінений міжнародними консультантами, а також можливо

залучення додаткових обсягів вантажів за умови покращення функціонування внутрішніх водних шляхів.

Для держави, як вигодоотримувача, вказані проекти передбачають: збільшення надходжень у бюджеті різних рівнів (сплата податків, обов'язкових платежів); ефективне управління державним майном; розвиток морегосподарського комплексу відносно сучасних техніко-екологічних нормативів.

Планові показники об'єму днопоглиблювальних по українських портах у 2018 р. [2] представлені авторами на рис. 5.

Таким чином, в сучасних умовах трансформації морської галузі України інвестиційні проекти повинні активно розроблятися та проходити поетапний процес активного впровадження, за основними формами взаємодії держави та бізнесу в сфері портової діяльності: концесією, орендою, спільною діяльністю та проекти із залученням державної підтримки або на основі приватного інвестування.

Висновки з проведеного дослідження.

В роботі досліджено структуру вантажопереробки в українських морських портах за 4 місяці 2018 р. у порівнянні з аналогічним періодом 2017 р. та виявлено, що основними драйверами вантажопереробки є: руда, вугілля, чорні метали, зерно та олія; серед ключових груп вантажопереробки, таким чином, лідируючими у структурі є суховантажні сипучі вантажі (68%), друге і третє місця займають тарноштучні (24%) та наливні (8%).

Проаналізовано та визначено, що об'єм капітальних інвестицій в морських портах у 2017 р. має позитивну динаміку, що пов'язано з державним вектором необхідної модернізації портової інфраструктури задля збільшення рівня вантажопотоку через українські порти

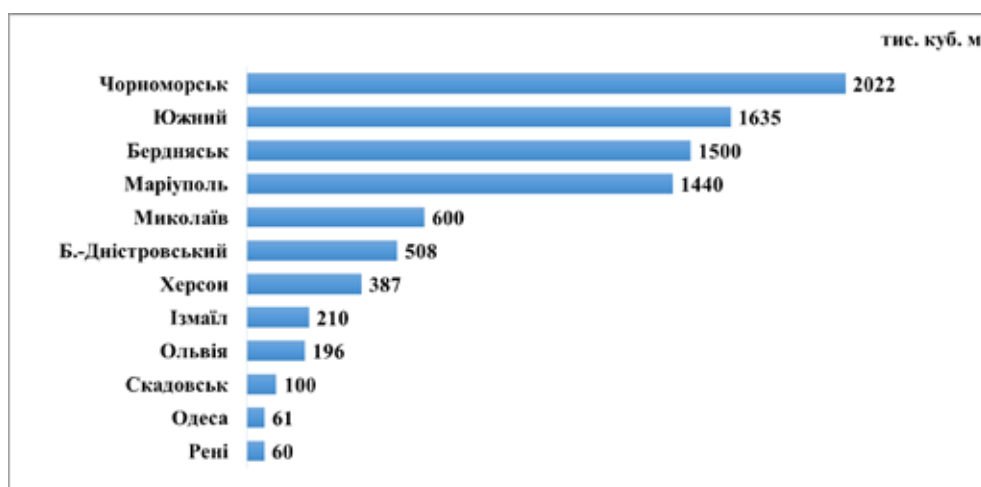


Рис. 5. Об'єм днопоглиблювальних робіт в морських портах у 2018 р.

Джерело: побудовано авторами на основі опрацювання [2]

та оновлення території портів згідно світовим нормативам.

Досліджено та визначено перелік перспективних інфраструктурних інвестиційних проєктів в українських портах Южний, Маріуполь, Рені, Ольвія, Чорноморськ, Одеса та Херсон, що відповідає принципам закладеним в стратегії розвитку морської галузі України.

Проаналізовано та визначено, що в портах Южний, Маріуполь, Рені планується будівництво декількох спеціалізованих перевантажувальних комплексів та реконструкції

причальної лінії, що дасть можливість підвищити потужності перевалки окремих видів вантажів для кожного порту.

Досліджено та визначено, що в спеціалізованому морському порту «Ольвія» розглядається Проєкт концесії майна державного підприємства «Стивідорна компанія «Ольвія», а в порту Чорноморськ розглядається Проєкт концесії залізнично-поромного комплексу державного підприємства «Морський торговельний порт «Чорноморськ», що дасть можливість більш ефективно використовувати державне майно.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про морські порти України». URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4709-17>.
2. Офіційний сайт ДП «Адміністрація морських портів України» URL: <http://uspa.gov.ua>.
3. Офіційний сайт «Центр транспортних стратегій». URL: <https://cfts.org.ua/>.
4. В. Кістюн: Близько 90 млрд грн буде залучено цього року в модернізацію української інфраструктури. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/volodimir-kistion-blizko-90-mlrd-grn-bude-zalucheno-cogorich-v-modernizaciyu-ukrayinskoyi-infrastrukturi>.
5. Закон України «Про концесії». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/997-14>.

Logutova T.H., Poltoratskiy M.M.

MODERNIZATION OF SEAPORTS INFRASTRUCTURE OF UKRAINE UNDER MODERN CONDITIONS

The authors present and analyse in this article the cargo processing structure in Ukrainian seaports during 4 months of 2018 and identify key types of goods (grain, ore, coal, oil); the forecast studied and illustrated of cargo processing (basic and optimization cases) in seaports of Ukraine for a period of 2018–2038; the volume studied and illustrated of capital investments in seaports of Ukraine in 2013–2017; cargoes structure shown and illustrated in Ukrainian seaports by key groups within a period of 4 months in 2018 (bulk, dry cargo and packaged goods); planned capital investments shown and illustrated in the seaports of Ukraine in 2018 (Chornomorsk, Yuzhnyi, Berdiansk, Mariupol); perspective infrastructure investment projects presented and analysed in the Ukrainian ports of Yuzhnyi, Mariupol, Reni, Olvia, Chornomorsk, Odesa and Kherson. Among the projects, the most attractive for investors selected and analysed: construction of a specialized reloading complex for bulk cargoes and reconstruction of berths complex №№ 5-8 in the Yuzhnyi Port; construction of a specialized reloading complex for grain cargoes at the rear of berths №№ 3, 4 in the Mariupol Port (two stages of construction: first stage at the expense of state funds, and second one at the expense of a private investor). Three major infrastructure projects are developing in the Reni Port (reloading complex development at the rear of berths №№ 34, 35, 36, 37; production facilities development at the quay of port workshops (auxiliary berths №№ 1B, 29B); reloading complex development within the area of “Maintenance facility”); Draft Concession of the Railway-Ferry Complex of the State Enterprise Chornomorsk Commercial Seaport; the passenger terminal transfer of the Odesa Maritime Station to investor for operation and the Odesa Port cooperation; implementation of the Concession Project for the State Enterprise Property “Kherson Commercial Seaport”.

Key words: sea port, cargo processing, capital investments, modernization, project, investor.

Сухомлин Л.В.кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Кременчуцького національного університету
імені Михайла Остроградського**Різніченко Л.В.**старший викладач кафедри менеджменту
Кременчуцького національного університету
імені Михайла Остроградського**Орлова К.О.**магістр
Кременчуцького національного університету
імені Михайла Остроградського

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОЇ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ЙОГО РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ

У статті розглянуто питання забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку підприємства гірничодобувної галузі за рахунок ефективного використання його ресурсного потенціалу. Для цього було уточнено сутність поняття «конкурентоспроможність» з точки зору наукового підходу та виокремлено основні складові її забезпечення відповідно до ресурсної концепції. За об'єкт дослідження обрано металургійне підприємство ПрАТ «Полтавський ГЗК». Було визначено його конкурентну позицію за результатами розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності. Здійснено оцінку техніко-економічного стану комбінату за допомогою розрахунку коефіцієнтів зносу та придатності. Розраховано фінансовий потенціал, а також проаналізовані якісні параметри основної продукції підприємства. Результатом дослідження стало економічне обґрунтування запропонованого розширення виробництва комбінату за рахунок стратегічного інвестування з метою високої конкурентоздатності підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, ресурсний підхід, якість продукції, стратегія інвестування, проектний відділ, система управління ресурсним потенціалом.

В статье рассмотрены вопросы обеспечения конкурентоспособности и устойчивого развития предприятия горнодобывающей отрасли за счёт эффективного использования его ресурсного потенциала. Для этого были уточнены сущность понятия «конкурентоспособность» с точки зрения научного подхода и выделены основные составляющие ее обеспечения в соответствии с ресурсной концепцией. Объектом для исследования выбрано металлургическое предприятие ПрАО «Полтавский ГОК». Было определено его конкурентную позицию по результатам расчета интегрального показателя конкурентоспособности. Осуществлена оценка технико-экономического состояния комбината с помощью расчета коэффициентов износа и годности. Рассчитан финансовый потенциал, а также проанализированы качественные параметры основной продукции предприятия. Результатом исследования стало экономическое обоснование предложенного расширения производства комбината за счет стратегического инвестирования с целью высокой конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, ресурсный подход, качество продукции, стратегия инвестирования, проектный отдел, система управления ресурсным потенциалом.

Постановка проблеми. На сьогодні для ефективного функціонування підприємства, його безперебійної роботи та забезпечення високої конкурентної позиції на ринку потрібне чітке виконання безлічі поставлених завдань. Пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств набуває особливої актуальності з огляду на останні тенденції розвитку ринку [1, с. 220]. Від своєчасного забезпечення підприємства матеріальними та іншими

ресурсами відповідної якості та асортименту, наявності запасу сировини та матеріалів, техніко-економічного рівня, стійкості фінансового стану залежить конкурентоспроможність підприємства. Конкурентний потенціал охоплює сукупність наявних природних, матеріальних, трудових, фінансових та нематеріальних ресурсів і можливості об'єктів або суб'єктів господарювання, що дозволяють їм отримувати конкурентні переваги над іншими учас-

никами ринку. Тобто, конкурентний потенціал являє собою внутрішні та зовнішні конкурентні можливості фірми, які дозволяють підприємству вести ефективну конкурентну боротьбу на ринку шляхом формування конкурентних переваг на основі використання матеріальних і нематеріальних ресурсів. У якості всебічного показника, як поточної діяльності, так і резервів виступає узагальнений показник – ресурсний потенціал.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми визначення конкурентоспроможності підприємств розглядаються в наукових працях Ф. Котлера, М. Портера, А. А. Томпсона, І. Ансоффа, Є. М. Азаряна, В. І. Герасимчука, І. Л. Решетнікова, А. Е. Воронкової, Ю. Ф. Ярошенко. Проблеми результативного ресурсного забезпечення та ефективного ресурсоспоживання в діяльності підприємств були досліджувалися такими відомими вченими, як Ю. П. Аніскін, Л. Ф. Бердникова, Т. А. Гилев, Н. К. Моїсеєва, А. Е. Карлик, В. В. Солдатов. Однак поки недостатньо досліджені поняття та сутність економічної категорії «ресурсний потенціал підприємства», його складові елементи, а також сукупність основних показників і методів оцінки величини та ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства.

Метою дослідження є розробка теоретико-методологічних і практичних рекомендацій щодо забезпечення сталої конкурентоздатності підприємства на основі комплексного оцінювання ключових ресурсних детермінантів у ринкових умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Існує значна кількість трактувань окремих

сторін процесу формування та забезпечення конкурентоспроможності підприємств (рис. 1). У процесі еволюції підходів до формування поняття «конкурентоспроможність» її основою вважалася наявність у підприємства доступу до ресурсів (виробничих, фінансових, трудових).

Ресурсний підхід залишається найважливішим у процесі оцінки можливостей формування довгострокових переваг [6, с. 83].

Швейцарській залізорудній компанії Ferrexpo AG належить 99,11% акцій Полтавського ГЗК, 100% Єристівського ГЗК і 99,9% Біланівського ГЗК. Полтавський гірничо-збагачувальний комбінат (ПрАТ «Полтавський ГЗК») є основним активом компанії, який належить до гірничодобувної галузі промисловості України. Основним видом продукції є залізорудні офлюсовані окатиші (рис. 2).

ПрАТ «Полтавський ГЗК» спеціалізується як виробник високоякісних залізорудних окатишів, займаючи лідируючу позицію серед експортерів окатишів України та СНД (рис. 3).

Частка комбінату в експорті вітчизняної залізорудної сировини становить 83 %. Більше 85 % своєї продукції експортує в Австрію, Румунію, Польщу, Болгарію, Чехію, Словаччину, Сербію та Чорногорію. Основним клієнтом Товариства є трейдери залізорудної сировини Ferrexpo AG та Ferrexpo MiddleEast FZE.

У сучасних умовах господарювання головним критерієм економічного розвитку підприємств є показник конкурентоспроможності (табл. 1).

За результатами 2017 року Британська компанія Ferrexpo plc, експортувала 10 406,8 тис. тонн окатишів до країн Європи та Близького Сходу, а також до Японії, Південної Кореї та Китаю, що

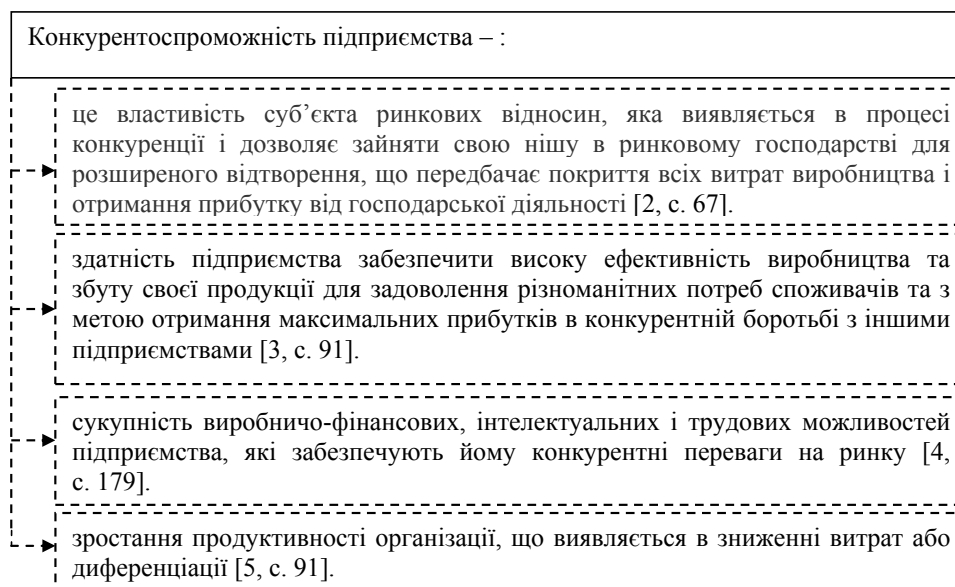


Рис. 1. Наукові підходи до розуміння поняття «конкурентоспроможність»

дозволило зайняти лідируючу позицію з експорту залізорудних окатишів серед підприємств країн колишнього СРСР. Завдяки використанню даних річного звіту Товариства 2014–2017 рр., за середньгеометричною зваженою досліджено динаміку виробництва та реалізації продукції у розрахунку базисних і ланцюгових темпів зростання та приросту (формула 1, формула 2):

$$T_{\text{вп}} = \sqrt[n]{T_1 + T_2 + T_3 + T_4}, \quad (1)$$

де $T_{\text{вп}}$ – темпи зростання обсягу виробництва продукції

$$T_{\text{вп}} = \sqrt[3]{2,09 + 1,29 + 1,12 + 1,06} = \sqrt[3]{5,5} = 1,7652 = 176,52$$

$$T_{\text{пр}} = 176,52 - 100 = 76,52 \%$$

$$T_{\text{рп}} = \sqrt[n]{T_1 + T_2 + T_3 + T_4}, \quad (2)$$

де $T_{\text{рп}}$ – темпи зростання обсягу реалізованої продукції

$$T_{\text{рп}} = \sqrt[3]{1,4 + 1,26 + 1,14 + 1,07} = \sqrt[3]{4,8} = 1,6869 = 168,69$$

$$T_{\text{пр}} = 168,69 - 100 = 68,69 \%$$

Виходячи з цього, одним із стратегічних завдань для ПрАТ «Полтавський ГЗК» виступає підвищення показників експорту високоякісних залізорудних окатишів [7, с. 56]. Загальну тенденцію попиту на залізорудні окатиші на зовнішньому ринку проаналізовано на рис. 4.

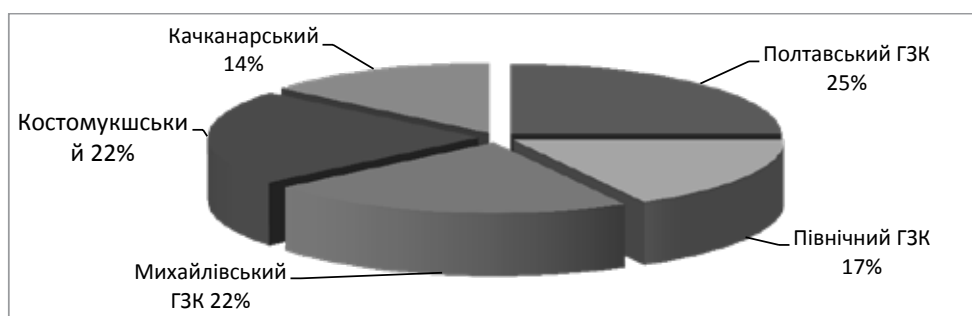


Рис. 2. Виробництво окатишів серед країн СНД (2017 р.)



Рис. 3. Рейтинг експортерів окатишів України у СНД (2017 р.)

Таблиця 1

Результати оцінки інтегрального показника конкурентоспроможності ПрАТ «Полтавський ГЗК»

Назва підприємства	Якість продукції	Частка в загальному обсязі	Запас фінансової міцності	Капітальні інвестиції	Рентабельність ресурсів	Інтегральний показник конкурентоспроможності	Місце
Північний ГЗК	0,92	1,0	1,0	0,33	1,0	4,25	I
Центральний ГЗК	1,0	0,13	0,82	0,22	0,18	2,35	IV
Південний ГЗК	0,71	0,15	0,70	0,15	0,14	1,85	V
Інгулецький ГЗК	0,94	0,16	0,89	0,42	0,1	2,52	II
Полтавський ГЗК	0,9	0,14	0,32	1,0	0,03	2,40	III

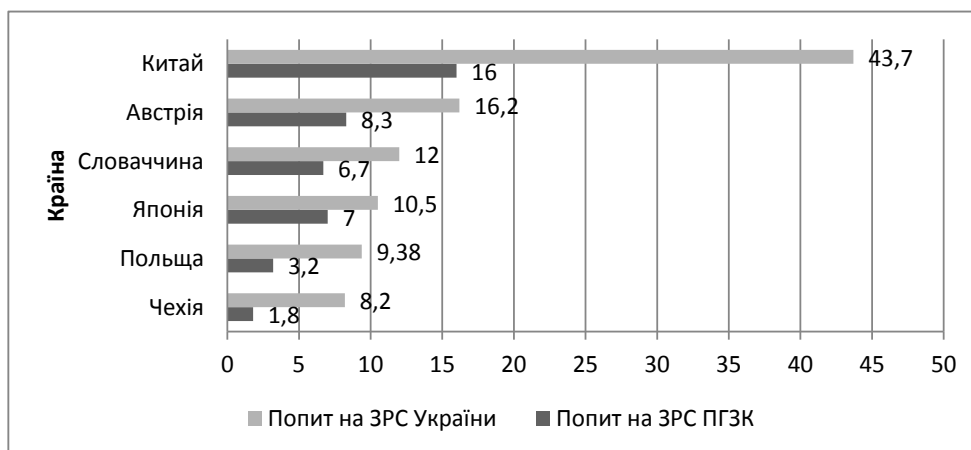


Рис. 4. Тенденція попиту на ЗРС (2017 р.)

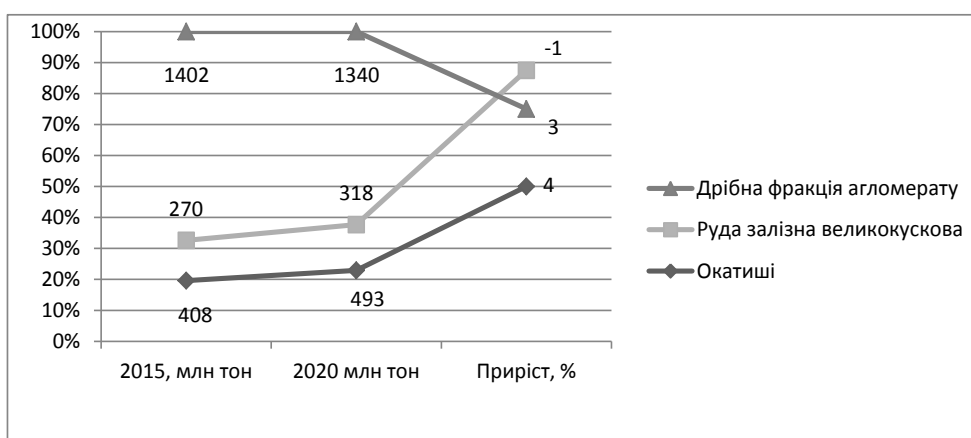


Рис. 5. Прогноз попиту на ЗРС на світовому ринку

У поточному році 94% обсягу виробництва складуть найбільш затребувані на ринку окатиші з 65% вмістом заліза (рис. 5).

Ресурсний потенціал підприємства включає кадровий потенціал, виробничі потужності у вигляді виробничого обладнання, фінансові ресурси та якість сировини. Кадровий склад комбінату складає 7785 особи, з яких 79,9% – виробничий персонал, 17,7% – допоміжний та 7,7% – адміністративно-управлінський. Особливу увагу слід приділити підвищенню кваліфікації керівників і фахівців, на що у 2017 р. було витрачено 1,8 млн грн. Рівень використання ОВФ впливає на розмір витрат, ціну на продукцію та на конкурентоспроможність підприємства. На підставі даних Консолідованого звіту «Про фінансові результати» проаналізовано наступні показники:

Коефіцієнт зносу основних фондів (формула 3):

$$K_3 = 3 \cdot 100 / \text{ПВ}, \quad (3)$$

де 3 – сума зносу основних фондів, ПВ – первісна вартість ОВФ.

$$K_{32015} = \frac{3592282}{10650816} \cdot 100 = 34\%$$

$$K_{32016} = \frac{4295447}{11070906} \cdot 100 = 39\%$$

$$K_{32017} = \frac{4911468}{12051245} \cdot 100 = 41\%$$

Коефіцієнт придатності основних фондів (формула 4):

$$K_n = (\text{ПВ} - 3) \cdot 100 / \text{ПВ}, \quad (4)$$

$$K_{n2015} = \frac{(10650816 - 3592282) \cdot 100}{10650816} = 66\%$$

$$K_{n2016} = \frac{(11070906 - 4295447) \cdot 100}{11070906} = 61\%$$

$$K_{n2017} = \frac{(12051245 - 4911468) \cdot 100}{12051245} = 59\%$$

З отриманих розрахунків виникає необхідність оновлення ОВФ, для чого потрібні постійні капітальні вкладення. Основними капітальними інвестиціями Групи Ferrexpo у ПГЗК стали витрати

на підтримку виробництва – 249,6 млн грн. і великих стратегічних проектів – 426,4 млн грн, а також витрати на розвиток родовищ.

Залізорудна продукція підприємств України поступається у якості закордонній за вмістом заліза та шкідливих домішок SiO₂, Al₂O₃ (рис. 6).

Отже, низька якість залізорудної сировини в значній мірі впливає на конкурентоспроможність підприємств і металопродукції. Підвищення якості будь-якої продукції порівнюється з додатковим обсягом її випуску.

Зважаючи на зростаючий попит у концентраті на світовому ринку ЗРС пропонується збільшити обсяги виробництва концентрату з високим вмістом заліза 65%–67%, що вимагає придбання нового обладнання та залучення додаткових інвестицій. Наразі металургійна галузь не входить до числа пріоритетних, так як потребує великих вкладень [8, с. 118]. Рекомендовано обладнання світових лідерів галузі. Окрім інвестицій в основне обладнання слід врахувати інші витрати (табл. 2).

Економічне обґрунтування витрат на проект: основне обладнання – 97 726 483,44\$ (комплекс обладнання компанії Metso); інструменти та матеріали – 10% вартості обладнання; зведення додаткового корпусу цеху – 18 385 184,84\$ (оснащення необхідним освітленням, двома мостовими кранами – 50 та 25 тонн вантажопідйомністю, трьома тельферами по 5 тонн вантажопідйомністю, чотирима воротами, системою вентиляції та пожежогасіння); послуги з монтажу обладнання – 25% вартості обладнання; шеф-монтаж обладнання – 3% вартості товару; супутнє обладнання – 15% вартості основного (комунікаційні системи, додаткова вентиляція, металоконструкції); операційні витрати – 10%; інші витрати – 5% (енергоносії, водопостачання, водовідведення, непередбачувані незначні витрати). Для забезпечення функції органі-

зації менеджменту проекту доцільно створити новий структурний підрозділ – проектний офіс, який є тимчасовою структурою, створеною в компанії для виконання конкретних функцій, пов'язаних із розробкою та впровадженням нової ідеї, найчастіше інвестиційного проекту.

Середній прибуток від реалізації 1 тонни ЗРС у 2017 році на ПрАТ «Полтавський ГЗК» становив 507,98 грн або 18,814 \$. При сумі інвестиційних витрат – 182 565 677,01\$ вони окупляться після виробництва 9 703 644 тонн концентрату з вмістом заліза 65%–67%. За умови стабільності цін на наступні 7 років, якщо ціна концентрату дорівнюватиме ціні окатишів із вмістом заліза 65% можна розрахувати період окупності проекту (формула 5).

$$\begin{aligned} & \text{Inv} / \frac{\text{Inc}}{\text{Vprod}} / \text{Vincrprod} = \\ & = \frac{182565677,01}{((5923879000)/(11661600))/27} / 2915400 \end{aligned} \quad (5)$$

де Inv – обсяг інвестицій, Inc – чистий прибуток за рік, що виведено з урахуванням постійних та змінних витрат на виробництво, Vprod – обсяг виробництва за рік, Vincrprod – обсяг збільшення виробництва (на 25% від 11661600), 27 – базовий курс гривні до \$. За наведеним розрахунком проект окупиться через три роки та чотири місяці (3,3284 року) після запуску в експлуатацію. Інвестиційний фонд на поставку обладнання та його монтаж в розмірі 182565677,01\$ необхідно залучити протягом 4-х років. Слід відмітити, що проект створить додатково 1 467 робочих місць.

Висновки з проведеного дослідження. Формування та розвиток споживчого ринку передбачає посилення конкурентної боротьби, як наслідок, виникає гостра необхідність підвищення конкурентоспроможності кожного підприємства, яке функціонує на цьому ринку.

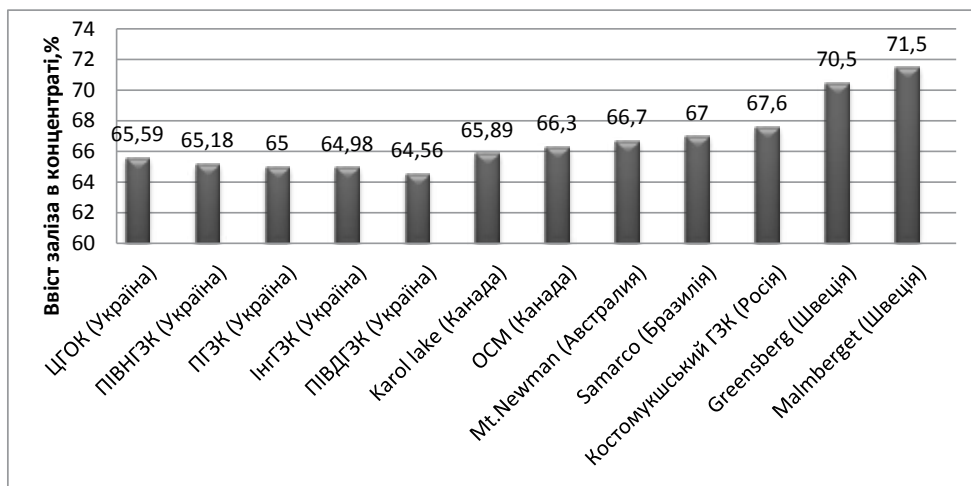


Рис. 6. Якість залізорудного концентрату виробників України та світу

Таблиця 2

Супутні витрати на проект по розширенню обсягів виробництва ЗРС комбінату

Вид витрат	Ціна, \$
Витрати на основне обладнання	97 726 483,44
Інструменти та матеріали	9 772 648,34
Зведення корпусу цеху	18 385 184,84
Послуги з монтажу обладнання	24 431 620,86
Шеф-монтаж обладнання	2 931 794,50
Супутнє обладнання	14 658 972,52
Операційні витрати	9 772 648,34
Інші витрати	4 886 324,17
Усього:	182 565 677,01

Величина ресурсного потенціалу підприємства в цьому випадку виступає як базис його конкурентоспроможності, який визначає ймовірність досягнення ним найкращих основних конкурентних результатів функціонування в майбутньому при будь-яких умовах конкурентного середовища. Аналіз ресурсного потенціалу здійснювався на прикладі ПрАТ «Полтавський ГЗК», яке займається виготовленням та реалізацією високоякісної залізорудної продукції. Проведені розрахунки

дають можливість констатувати факт наявності додаткових фінансових можливостей для удосконалення технічної та трудової складових, як невід'ємних елементів ресурсного потенціалу для забезпечення сталої конкурентної позиції підприємства на зовнішньому та внутрішньому ринках. Запропоновані заходи по розширенню обсягів виробництва продукції високої якості є доцільними та економічно ефективними та можуть бути реалізовані в діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Кузнєцова К. О. Конкурентоспроможність підприємства на основі ресурсного потенціалу. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2013. № 10. С. 219–223.
2. Воронкова А. Е. та ін. Діагностика стану підприємства: теорія і практика: монографія. Харків: ІНЖЕК, 2006. 448 с.
3. Величко Є. І. Сучасні підходи до розуміння сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства». Вісник ХНАУ. 2015. № 3. С. 88–95.
4. Гончаров Ю. В., Куппер О. П. Управління конкурентними перевагами підприємства. Економічний аналіз. 2017. № 1. С. 179–181.
5. Портер М. Стратегія конкуренції. М. Портер, пер. з англ. К.: Основи, 1998. 390 с.
6. Касич А. О., Харькова Ж. В. Управління конкурентними перевагами підприємства. Економічний аналіз. 2016. № 2. С. 79–85.
7. Сакун Л. М., Орлова К. О. Стратегічне планування як основа ефективного функціонування металургійних підприємств України на зовнішньому ринку. Економічний форум. 2017. № 4. С. 54–59.
8. Сухомлин Л. В., Орлова К. О. Стабілізація діяльності металургійних підприємств України шляхом здійснення ефективного планування. Причорноморські економічні студії: науковий журнал. 2017. Вип. 22. 2017. С. 116–119.

Sukhomlyn L.V., Riznichenko L.V., Orlova K.O.

ENSURING OF THE ENTERPRISE COMPETITIVE POSITION THROUGH THE EFFICIENT MANAGEMENT OF ITS RESOURCE POTENTIAL

The issue of competitiveness ensuring and sustainable enterprise's development is of high importance in modern conditions of the Ukrainian economy development. Due to the effective resource potential using, which will ensure the maximum utilization of production capacities, reduce costs and improve product quality, ensuring the sustainability of the enterprise's competitive position it is possible to realize and implement these tasks into production practice. The main article idea is formulation of theoretical, methodological and practical recommendations for enterprise's sustainable competitiveness ensuring based on an integrated assessment of key resource determinants under market condi-

tions. The following set of tasks was defined for the objective achievement: clarification of the terms essence "competitiveness" from the scientific approach point of view, determination of the mining enterprise competitive position based on the calculation of the competitiveness integral index, assessment of enterprise technical and economic states by calculating wear and galling coefficients, determination of the enterprise financial potential by researching the dynamics of advanced capital availability, researching of enterprise qualitative parameters of production based on economic-mathematical modeling method, it was proposed to expand the enterprise production through strategic investment. The object of the academic work is decision-making processes that appear in the course of using the enterprise competitiveness resource potential. The subject of the academic work is expansion of high-quality mining products production in conditions of world demand. The practical importance of the academic work is determined by the relevance of the tasks set and their specific focus on improving the mechanism for increasing the enterprise competitiveness for the production of high-quality iron ore products.

Key words: enterprise competitiveness, resource approach, product quality, investment strategy, project department, resource management system.

УДК 656.71

Павелко В.Ю.

кандидат економічних наук,

Генеральний директор

ТОВ «Запорізька хендлінгова компанія»

Міжнародний аеропорт «Запоріжжя»

ЗАПРОВАДЖЕННЯ ПРОГРАМ ЛОЯЛЬНОСТІ КЛІЄНТІВ УКРАЇНСЬКИХ АВІАКОМПАНІЙ – ПЕРЕВІЗНИКІВ ЯК ЗАПОРУКА ПІДВИЩЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

У статті автором розглянуті особливості управління прихильністю авіапасажирів, що враховує розробку програм лояльності. Автором доведено, що українським авіакомпаніям – перевізникам, з метою утримання існуючих позицій на ринку України, особливо на маршрутах які становлять інтерес для провідних світових авіакомпаній які виходять на ринок України, необхідно, враховуючи світовий досвід, розробляти та запроваджувати власні або спільні із світовими альянсами програми лояльності які є важливим інструментом не тільки утримання існуючих клієнтів але й заохочення нових пасажирів.

Ключові слова: управління лояльністю, прихильність споживачів, програми лояльності, авіакомпанія, бонусна програма.

В статье автором рассмотрены особенности управления приверженностью авиапассажиров, учитывающую разработку программ лояльности. Автором обосновано, что украинским авиакомпаниям – перевозчикам, с целью удержания существующих позиций на рынке Украины, особенно на маршрутах, которые составляют интерес для ведущих международных авиакомпаний, выходящих на рынок Украины, необходимо, учитывая международный опыт, разрабатывать и внедрять собственные или совместные с международными альянсами программы лояльности, которые являются важным инструментом не только удержания существующих клиентов, но и привлечения новых пассажиров.

Ключевые слова: управление лояльностью, приверженность покупателей, программа лояльности, авиакомпания, бонусная программа.

Постановка проблеми. На міжнародному ринку авіаційних перевезень, так само як і на ринку України, відбувається загострення конкурентної боротьби за авіапасажира. Основна причина цього – щорічний запуск нових рейсів та напрямків, поява або вихід на ринок нових авіакомпаній. Таким чином перед авіапасажи-

ром виникає великий вибір авіаперевізників за вибраним напрямком. При цьому, конкурентна боротьба особливо гостра при конкуренції між українськими та іноземними авіакомпаніями на міжнародних напрямках, що обумовлено специфікою авіаційного ринку України.

Проблема підвищення конкурентоспроможності авіакомпанії на ринку авіаційних перевезень є актуальною проблемою для будь-якої авіакомпанії світу, особливо для тих, які працюють на міжнародному ринку авіаперевезень. З метою боротьби за авіапасажира, авіаційні компанії повинні не тільки забезпечувати необхідний рівень безпеки польотів, вартості авіаційного перевезення, сервісу та комфорту, але й пропонувати спеціальні програми лояльності для постійно літаючих пасажирів.

Однак, незважаючи на світовий досвід, застосування програм лояльності авіакомпаніями України не набуло розповсюдження, стримує їх розвиток та потребує подальшої розробки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Питання дослідження та управління лояльністю споживачів достатньо розглянуто та висвітлено у роботах іноземних та вітчизняних вчених, таких як Д. Аакера, А.А. Бояршинова, Л.І. Браун, І.В. Котлер, Ф.Ф. Райхельда, М.І. Семенова, П.Н. Філіп та ін.

В економічній літературі присвяченій проблема підвищення конкурентоспроможності авіакомпанії на ринку авіаційних перевезень переважна більшість досліджень стосується питання підвищення конкурентоспроможності авіакомпанії шляхом створення єдиної інформаційної концепції [1], загальних напрямів підвищення конкурентоспроможності авіаперевезень в Україні [2] та конкурентоспроможності провідних авіакомпаній на ринку України [3]. Однак проблема запровадження програм стимулювання авіапасажирів як інструмента конкурентної боротьби розглянута недостатньо та потребує подальшого вивчення.

Мета дослідження. Незважаючи на велику кількість досліджень з питань управління лояльністю клієнтів, управління та розвитку авіакомпаній, проблема дослідження та управління лояльністю пасажирів українськими авіакомпаніями розглянута недостатньо та потребує подальшого вивчення. Метою даної статті є дослідження сучасного стану програм лояльності клієнтів та розробка рекомендацій щодо управління лояльністю споживачів для української авіакомпаній.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Вітчизняними авіаційними підприємствами підтримано світову тенденцію та забезпечено зростання основних економічних показників діяльності галузі. Український ринок пасажирських авіаперевезень другий рік поспіль демонстрував високі темпи зростання. При цьому, у 2016 році відбувалось відновлення ринку після спаду, що мав місце у 2014-2015 роках. Якщо за підсумками 2016 року обсяги пасажирських перевезень вітчизняних авіакомпаній перевищили показник «докризисового» 2013 року на 2,1%, то за 2017 рік –

вже на 30,1%. Кількість перевезених пасажирів у 2017 році збільшилась порівняно з 2016 роком на 27,5% та склала 10,555 млн. осіб.

У 2017 році пасажирські перевезення здійснювали 18 вітчизняних авіакомпаній. При цьому, 93% загальних обсягів пасажирських перевезень здійснили 5 провідних авіакомпаній («МАУ», «Роза вітрів», «Азур Ейр Україна», «Атласджет Україна» та «Браво»).

Регулярні польоти між Україною та країнами світу впродовж 2017 року здійснювали 10 вітчизняних авіакомпаній до 43-ох країн світу та 29 іноземних авіакомпаній до 27-ми країн світу. Українськими авіакомпаніями на міжнародних регулярних рейсах перевезено 5,837 млн. осіб, іноземними – 4,975 млн. (відбулось зростання на 18,1% та 29,3% відповідно). Регулярні внутрішні пасажирські перевезення між 9 містами України виконували п'ять вітчизняних авіакомпаній: перевезено 930,9 тис. пасажирів, що на 17,6% більше порівняно з 2016 роком [4].

На міжнародному ринку авіаційних перевезень, так само як і на ринку України, відбувається загострення конкурентної боротьби за авіапасажира. Основна причина цього – щорічний запуск нових рейсів та напрямків, поява або вихід на ринок нових авіакомпаній. Таким чином перед авіапасажиром виникає великий вибір авіаперевізників за вибраним напрямком. При цьому, конкурентна боротьба особливо гостра при конкуренції між українськими та іноземними авіакомпаніями на міжнародних напрямках, що обумовлено специфікою авіаційного ринку України.

Світова практика підприємницької діяльності свідчить, що тільки активна поведінка на ринку, постійний контакт з потенційними та існуючими споживачами є запорукою успіху компанії. Підприємства повинні замислитись над розробкою єдиного підходу щодо утримання існуючих споживачів і залучення нових. Саме це і є основною задачею формування лояльності споживачів [5].

З метою боротьби за авіапасажира, авіаційні компанії повинні не тільки забезпечувати необхідний рівень безпеки польотів, вартості авіаційного перевезення, сервісу та комфорту, але й пропонувати особливий підхід до формування лояльності пасажирів, який може включати спеціальні програми лояльності для постійно літаючих пасажирів, проведення презентацій та акцій і підтримування суспільної локальної ініціативи.

Таким чином, з метою залучення нових клієнтів, авіакомпанії розробляють і впроваджують інновації у вигляді бонусних програм для постійних клієнтів. Бонусні програми це програми заохочення пасажирів, спрямовані на підвищення лояльності авіапасажирів до кон-

кретної авіакомпанії або до альянсу авіаперевізників [6]. Принцип роботи бонусних програм полягає у залученні нових та утриманні існуючих клієнтів компанії.

Перша програма заохочення постійно літаючих авіапасажирів подарунками та сувенірами була розроблена у 1972 році компанією Western Direct Marketing для авіакомпанії United Airlines. У 1979 році авіакомпанія Texas International Airlines створила першу бонусну програму, яка веде облік миль які були подолані учасниками. Тоді ж авіакомпанія American Airlines розпочала роботу над програмою знижок для постійно літаючих пасажирів, яка трансформувалась у першу програму лояльності авіакомпанії AAdvantage. Програма AAdvantage розпочала роботу з 01 травня 1981 року та надала можливість обміну накопичених миль на білети за фіксованою ціною. Пізніше, інші провідні міжнародні авіакомпанії запровадили схожі бонусні програми: авіакомпанія United Airlines програму Mileage Plus, авіакомпанія Delta Air Lines – програму SkyMiles, авіакомпанія British Airways – програму Executive Club [7]. Незважаючи на те, що пройшло вже 37 років з моменту початку роботи програми лояльності AAdvantage авіакомпанії American Airlines, вона продовжує користуватися попитом серед авіапасажирів.

З точки зору маркетингу, програми лояльності авіакомпанії є важливим інструментом не тільки утримання існуючих клієнтів але й заохочення нових пасажирів. Авіакомпанії можуть пропонувати збільшене нарахування миль за конкретним напрямком або навпаки надавати преміальні квитки за меншу кількість миль у період низького попиту. В якості заохочення пасажирів можуть використовуватися елітні рівні, які достатньо ефективні оскільки привілеї учасник може отримати тільки на рейсах авіакомпанії або альянсу куди входить авіакомпанія. Також авіакомпанії можуть використовувати пропозиції елітного рівня в якості додаткового бонусу.

Сучасні програми лояльності також забезпечують додатковий прибуток авіакомпаніям за рахунок реалізації миль безпосередньо пасажиром або партнерам, які надають їх своїм клієнтам та використовують їх у якості самостійного маркетингового важеля. Найчастіше партнерами авіакомпаній виступають банки, які надають милі своїм клієнтам за покупки та розрахунки за допомогою їх дебетових або кредитових карт. Також це можуть бути готелі, туристичні агенції, бюро прокату автомобілів та інші установи. При цьому завдяки існуванню програм лояльності у різних сферах, клієнти авіакомпанії можуть конвертувати милі у бали програм готельних мереж або бонуси від фінансових установ та навпаки. Завдяки цьому

підвищується цінність даних програм лояльності для клієнтів усіх цих установ.

Подібні програми лояльності є дуже вигідними, як для авіапасажирів, так і для авіаперевізників. За рахунок програм лояльності, авіакомпанія формує коло постійних клієнтів, долаючи конкуренцію на ринку та отримуючи сталий прибуток, а споживач таким чином може зекономити на авіаперельотах, отримуючи високоякісні послуги від авіаперевізників. Авіапасажирів, подорожуючи рейсами однієї авіакомпанії, можуть не просто отримувати стабільний сервіс, але до того ж брати участь у програмі лояльності, накопичувати нагородні милі та отримувати приємні подарунки від авіакомпанії за відданість.

Усі міжнародні авіакомпанії запроваджують програми лояльності для своїх клієнтів. Найбільш поширеними програмами лояльності провідних міжнародних авіакомпаній є:

- Авіакомпанія Аерофлот: Аерофлот Бонус;
- Авіакомпанія Air Europa: Flying Blue (спільно із Air France та KLM);
- Авіакомпанія American Airlines: AAdvantage;
- Авіакомпанія Belavia: Belavia Leader;
- Авіакомпанія British Airways: Executive Club;
- Авіакомпанія Czech Airlines: OK Plus;
- Авіакомпанія Delta Air Lines: SkyMiles;
- Авіакомпанія Emirates: Skywards;
- Авіакомпанія LOT: Miles & More (спільно із Lufthansa);
- Авіакомпанія Lufthansa: Miles & More;
- Авіакомпанія S7 Airlines: S7 Приоритет;
- Авіакомпанія Turkish Airlines: Miles & Smiles;
- Авіакомпанія UAI (Міжнародні Авіалінії України): Panorama Club;
- Авіакомпанія United Airlines: Mileage Plus;
- Авіакомпанія UTair: Статус;
- та інші.

Однак, лише кілька українських авіакомпаній пропонують своїм клієнтам бонусні програми лояльності:

- Авіакомпанія Дніпроавіа: Бонус Клуб;
- Авіакомпанія UAI (Міжнародні Авіалінії України): Panorama Club;
- Авіакомпанія АтласДжет Україна: Atlasmiles (спільно із Atlas Global).

З метою дослідження існуючих програм лояльності для авіапасажирів, розглянемо програму Panorama Club яка є найбільш поширеною та актуальною для українських авіапасажирів і може стати прикладом для інших українських авіакомпаній – перевізників.

Програма Panorama Club – це програма лояльності, що оперується АТ «Міжнародні Авіалінії України» (АТ «МАУ») і створена з метою винагороди пасажирів авіакомпанії, що є учасниками програми за лояльність і вико-

ристання послуг МАУ та компаній – партнерів Rapoport Club [8].

Для початку участі, фізичній особі лише необхідно заповнити анкету учасника. Участь у програмі Rapoport Club для авіапасажирів безкоштовна. Для юридичних осіб передбачена окрема програма лояльності.

Одиницею виміру винагород Rapoport Club є нараховані милі, які авіапасажири – учасники мають можливість накопичувати милі за:

- перельоти власними регулярними рейсами МАУ і код-шерінговими рейсами (за умови бронювання авіаквитка на рейс під кодом PS);
- перельоти власними регулярними рейсами авіакомпаній – партнерів;
- особисто оплачені та використані послуги МАУ і неавіаційних компаній – партнерів. В тому числі, проживання в готелях-партнерах та заброньоване через Booking.com; бронювання турів і розваг з сервісом планування подорожей; прокат авто та послуги трансферу; розрахунки банківськими ко-бренд картами; використання мобільного зв'язку.

Кількість миль, яка нараховується за перельоти рейсами МАУ на кожному маршруті розраховується згідно зі стандартами IATA і залежить від відстані між аеропортами вильоту та прильоту в милях і класу бронювання.

Отриманні та накопичені авіапасажирами – учасниками милі можуть бути використані на винагороди:

- авіаквитки на власні регулярні рейси МАУ і авіакомпаній – партнерів;
- підвищення класу обслуговування на власні регулярні рейси МАУ;
- отримання знижки на перельоти власними регулярними рейсами МАУ та код-шерінговими рейсами МАУ під кодом PS;
- оформлення додаткових послуг на рейси МАУ;
- оплату деяких видів зборів.

Також авіапасажирам – учасникам Rapoport Club можуть бути надані додаткові переваги та привілеї:

- додатковий багаж та ручна поклажа;
- реєстрація на стійці бізнес-класу;
- запрошення до бізнес зали;
- пріоритетна посадка у літак;
- знижки та спеціальні пропозиції.

Таким чином, авіакомпанія «Міжнародні авіалінії України» не тільки утримує існуючих клієнтів, але й заохочує нових, втримує свої позиції на ринку та відкриває нові маршрути та посилює свої конкурентні переваги.

Нажаль, слід зауважити, що не всі українські авіакомпанії запроваджують подібні програми лояльності. Це пов'язано з одного боку з відсутністю або обмеженою конкуренцією на

напрямах, які вони виконують та виконанні ними здебільшого чартерних авіарейсів, а з іншого, через бажання отримувати додатковий прибуток від привілеїв які надаються зацікавленим пасажиром на грошовій основі.

При цьому конкуренція українських авіакомпаній – перевізників будується в основному на ціновому факторі. З іншого боку, зростання конкуренції та вихід міжнародних авіакомпаній на авіаційний ринок України, які пропонують програми лояльності для своїх клієнтів, може привести до зниження завантаження на рейсах українських авіакомпаній.

Таким чином, українським авіакомпаніям – перевізникам, з метою утримання існуючих позицій на ринку України, особливо на маршрутах які становлять інтерес для провідних світових авіакомпаній які виходять на ринок України, необхідно, враховуючи світовий досвід, розробляти та запроваджувати власні або спільні із світовими альянсами програми лояльності які є важливим інструментом не тільки утримання існуючих клієнтів але й заохочення нових пасажирів.

Висновки з проведеного дослідження. На міжнародному ринку авіаційних перевезень, так само як і на ринку України, відбувається загострення конкурентної боротьби за авіапасажира. Основна причина цього – щорічний запуск нових рейсів та напрямків, поява або вихід на ринок нових авіакомпаній. Таким чином перед авіапасажиром виникає великий вибір авіаперевізників за вибраним напрямком. При цьому, конкурентна боротьба особливо гостра при конкуренції між українськими та іноземними авіакомпаніями на міжнародних напрямках, що обумовлено специфікою авіаційного ринку України.

Проблема підвищення конкурентоспроможності авіакомпанії на ринку авіаційних перевезень є актуальною проблемою для будь-якої авіакомпанії світу, особливо для тих, які працюють на міжнародному ринку авіаперевезень. З метою боротьби за авіапасажира, авіаційні компанії повинні не тільки забезпечувати необхідний рівень безпеки польотів, вартості авіаційного перевезення, сервісу та комфорту, але й пропонувати спеціальні програми лояльності для постійно літаючих пасажирів.

Таким чином, українським авіакомпаніям – перевізникам, з метою утримання існуючих позицій на ринку України, особливо на маршрутах які становлять інтерес для провідних світових авіакомпаній які виходять на ринок України, необхідно, враховуючи світовий досвід, розробляти та запроваджувати власні або спільні із світовими альянсами програми лояльності які є важливим інструментом не тільки утримання існуючих клієнтів але й заохочення нових пасажирів.

Список використаних джерел:

1. Косарев О.Й., Парій В.М. Освоєння глобального інформаційного простору – ключовий фактор підвищення конкурентоспроможності авіакомпаній. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/pspe/2010_3/Pariy_310.htm.
2. Жаворонкова Г.В. Цінність авіатранспортної послуги як чинник підвищення конкурентоспроможності авіакомпаній України. URL: <http://jrnل.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/253>.
3. Копилова О.В., Кравчук Н.М. Аналіз конкурентоспроможності авіакомпаній – лідерів України. URL: <http://jrnل.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/314>.
4. Періодична інформація Державної авіаційної служби «Про підсумки діяльності авіаційної галузі України у 2017 році». URL: <https://avia.gov.ua/pro-nas/statistika/periodychna-informatsiya/>
5. Брацлавська Є. Наукові записки: Роль лояльності в світовій практиці. Аналітичний журнал. 2006. № 15. С. 13-14.
6. «Бонусні програми для часто літаючих пасажирів». URL: <http://bankstatey.com/index.php?newsid=8232>.
7. Ben Beiske. Loyalty Management in the Airline Industry. GRIN Verlag, 2007. P. 93. ISBN 3-638-77717-0.
8. Офіційний сайт авіакомпанії «Міжнародні авіалінії України». URL: <http://www.flyuia.com>.

Pavelko V.Yu.

THE CUSTOMERS' LOYALTY PROGRAMS IMPLEMENTATION OF UKRAINIAN AIRLINES – CARRIERS AS A PLEDGE TO IMPROVE THEIR COMPETITIVENESS

There is an increased competition for air passengers at the international air transport market, as well as in Ukraine. The main reason of this is the annual launch of new flights and destinations, the new airlines' emergence or their entry into the market.

Thus, before the air passenger there is a large choice of air carriers in the chosen direction. At the same time, the competitive struggle is particularly acute in the competition between Ukrainian and foreign airlines on international routes because of aviation market specifics in Ukraine.

The problem of improving the airline's competitiveness at the air transport market is an actual problem for any airline of the world, especially for those ones which operate at the international air transport market. In order to fight for an air passenger, airlines must not only provide the required level of flight safety, the air transportation cost, service and comfort, but also offer special loyalty programs for constantly flying passengers.

The world practice of business activity shows that only an active behavior at the market, constant contact with potential and existing customers is a key to the success of the company. Enterprises need to think about developing the only approach for retaining existing customers and attracting new ones. This is the main task of forming the customers' loyalty.

In order to fight for an air passenger, aviation companies should not only provide the required level of flight safety, the air transportation cost, service and comfort, but also offer special loyalty programs for constantly flying passengers.

Thus, in order to attract new customers, airlines develop and implement innovations in the form of bonus programs for regular customers. A bonus program is a program to encourage passengers to increase the loyalty of air travelers to a specific airline or air carriers' alliance. The principle of bonus programs is to attract new customers and to maintain the existing customers of the company.

Unfortunately, it should be noted that not all Ukrainian airlines introduce such loyalty programs. On the one hand, this occurs because of the lack or limited competition on the directions they carry out their flights, most of them are charter flights, and, on the other hand, because of the desire to get an additional profit from the privileges provided to interested passengers on a cash basis.

At the same time, the competition of Ukrainian airlines – carriers is based mainly on the price factor. On the other hand, the growing competition and the international airlines' access to Ukraine's aviation market, which offer loyalty programs to their customers, can lead to a loading decrease at the flights of Ukrainian airlines.

Thus, Ukrainian airlines – carriers, in order to maintain their existing positions in the Ukrainian market, especially on routes of interest for the leading world airlines entering the Ukrainian market, it is necessary, taking into account world experience, to develop and implement their own or joint loyalty programs with global alliances which are an important tool not only for existing customers' retaining but also for new passengers' encouraging.

Key words: loyalty management, customers' loyalty, loyalty program, airline, bonus program.

Михайленко О.В.кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і аудиту
Національного університету харчових технологій**Риштун Х.Ю.**студент
Національного університету харчових технологій

ЕФЕКТИВНА СИСТЕМА ПОБУДОВИ КОМПЛАЄНС-КОНТРОЛЮ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ

У статті розглянуто понятійно-категоріальний апарат економіко-правових категорій «комплаєнсу» та «комплаєнс-контролю» головним завданням якого є створення системи, здатної адекватно вимірювати комплаєнс-ризик, що зустрічаються в процесі діяльності підприємства на прикладі банківського сектору, досліджено важливість забезпечення комплаєнс-контролю в банках, визначено основні напрями і функції комплаєнс-контролю, а також підходи до забезпечення ефективного управління комплаєнс-рисиками.

Ключові слова: комплаєнс, комплаєнс-контроль, комплаєнс-контроль в банківських установах, банківський сектор, ризик-менеджмент.

В статье рассмотрен понятийно-категориальный аппарат экономико-правовых категорий «комплаенса» и «комплаенс-контроля» главной задачей которого является создание системы, способной адекватно измерять комплаенс-риски, встречающиеся в процессе деятельности организации на примере банковского сектора, исследована важность обеспечения комплаенс-контроля в банках, определены основные направления и функции комплаенс-контроля, а также подходы к обеспечению эффективного управления комплаенс-рисками.

Ключевые слова: комплаенс, комплаенс-контроль, комплаенс-контроль в банковских учреждениях, банковский сектор, риск-менеджмент.

Постановка проблеми. В умовах триваючих глобалізаційних процесів розвиток бізнесу доволі часто зумовлений наявністю можливості розвитку шляхом розширення кола потенційних клієнтів та отримання іноземних інвестицій. Так, до прикладу, такі провідні фінансові групи Європи (RaiffeisenInternational, OTP BankNyrt, BNP ParibasGroup, UniCreditGroup) надають підтримку лише «чистому» бізнесу, який повністю дотримується чинному законодавству, має досконалу систему ризик-менеджменту як частину внутрішньої системи безпеки банку [9, с. 433]. При цьому, запровадження нових тенденцій у банківський сектор зумовлює виникнення нових ризиків та необхідність постійного вдосконалення існуючих систем ризик-менеджменту. Провідні світові фінансові установи вдосконалюють уже існуючі моделі побудови систем ризик-менеджмент та створюють нові підходи та методи управління банківськими ризиками. Одним із таких новостворених видів ризиків є «ризик комплаєнс», який і досліджено автором.

Метою статті є дослідження понятійно-категоріального апарату економіко-правових категорій «комплаєнсу» та «комплаєнс-контролю» на прикладі банківського сектору, аналіз

принципів побудови ефективної системи комплаєнс-контролю та різних підходів до забезпечення ефективного управління комплаєнс-рисиками.

Виклад основного матеріалу дослідження. У загальновживаному значенні термін “compliance” (комплаєнс) походить від англійського дієслова “to comply” та означає згоду, відповідність.

Згідно з Методичними рекомендаціями щодо вдосконалення корпоративного управління в банках України, які містяться в листі Національного Банку України від 30 березня 2007 року № 40-411/1110-3363, комплаєнс – це діяльність пов'язана з дотриманням вимог законодавства та внутрішніх процедур. У зазначеному документі комплаєнс передбачає необхідність знати, розуміти, дотримуватися всіх вимог законодавства України, нормативів, положень і правил, внутрішніх політик, стандартів і кодексів з питань діяльності банку [3, с. 86].

Управління комплаєнс-ризиком – ключова діяльність будь-якого комплаєнс-підрозділу фінансової установи. Для побудови ефективного комплаєнсу особливу увагу слід приділити підготовці, узгодженню та впровадженню нормативних документів, що регламентують

питання ідентифікації, оцінки, управління і своєчасного інформування при виявленні комплаєнс-ризиків.

Станом на сьогодні в Україні існують чотири ключові чинники, що визначають структуру комплаєнс-регулювання:

1) політика, стратегія і очікування українських регуляторів;

2) політика і стратегія, самостійно використовувані кредитною організацією для управління комплаєнс-функцією;

3) національні економічні проекти, проекти з соціального розвитку суспільства і внутрішній політичний вплив;

4) міжнародний політичний вплив, міжнародні конвенції, угоди та ініціативи.

Беручи до уваги, що в даний час концепції комплаєнс-ризиків в міжнародному і українському законодавчому регулюванні істотно розрізняються, розглянемо ключові моменти тлумачення і розуміння цього терміна.

Базельський комітет з банківського нагляду визначає комплаєнс-ризик як «ризик застосування юридичних санкцій або санкцій регулюючих органів, суттєвого фінансового збитку або втрати репутації банком в результаті недотримання ним законів, інструкцій, правил, стандартів саморегулюючих організацій або кодексів поведінки, що стосуються банківської діяльності» [7, с. 113].

Згідно з рекомендаціями Базельського комітету «комплаєнс-функція повинна в упереджувальному порядку виявляти, документувати й аналізувати комплаєнс-ризиків, пов'язані з діяльністю банку, включаючи розробку нових продуктів і бізнес-процедур, встановлення нових клієнтських відносин або істотні зміни в характері цих відносин» [10].

Одним з перших комплаєнс-документів міжнародного рівня є Вольфсбергські принципи, в яких викладені пріоритетні напрямки політики банків і основні елементи механізмів запобігання використанню банківської системи для легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом.

В основі політики будь-якого банку відповідно до Вольфсбергських принципів має лежати правило, згідно з яким банк може встановлювати відносини тільки з тими клієнтами, які в розумних межах можуть підтвердити законність джерела своїх доходів або фінансування. Разом з тим Вольфсбергські принципи припускають, що конкретні механізми протидії відмиванню доходів, одержаних злочинним шляхом, повинні визначатися на розсуд банку.

Варто зазначити, що побудова ефективної системи управління комплаєнс-ризиками організації має базуватися на міжнародних

стандартах, рекомендаціях Базельського комітету з банківського нагляду, вимогах українського регулятора і кращих світових практиках [4, с. 153].

Так, в економічній теорії існує декілька підходів до побудови системи управління комплаєнс-ризиками. Перший підхід – сегментарний, при якому виділяються кілька найбільш високоризикованих сфер і напрямків діяльності організації і проводиться їх глибокий аналіз з присвоєнням рівня комплаєнс-ризиків і отриманням бальної оцінки. Даний підхід дозволяє досить детально опрацювати окремі аспекти діяльності організації, оцінити рівень ризику і скласти програму з мінімізації виявлених комплаєнс-ризиків.

Другий підхід полягає в проведенні суцільного аналізу комплаєнс-ризиків по кожному виду продукту / послуги кредитної організації і в розрізі кожного підрозділу кредитної організації. Слід зауважити, що ні перший, ні другий підходи не є ідеальними, так як обидва мають недоліки і певні обмеження. На наш погляд, доцільно впровадження комбінованого підходу, при якому оцінюються найбільш високоризикові області та продукти / послуги / проекти кредитної організації і поступово відповідно до затвердженої комплаєнс-стратегії здійснюються розширення і поглиблення аналізу і масштабу проведення комплаєнс-експертизи.

Для побудови ефективної роботи з управління комплаєнс-ризиком необхідно проводити оцінку факторів, що впливають на його рівень. Існують кілька основних факторів і питань для оцінки комплаєнс-ризиків:

1) обсяг і істотність порушення або невідповідності. Істотність визначається за допомогою проведення сумарного аналізу природи порушення, частоти порушень і суми проведеної операції / штрафу. Даний аналіз буде більш повноцінний і об'єктивний, якщо проводити його з використанням як поточних, так і історичних даних / подій;

2) наявність затверджених політик і процедур внутрішнього контролю, чи були дані процедури затверджені радою директорів (наглядовою радою) або відповідним профільним комітетом;

3) способи і ефективність доведення до відома керівництва та персоналу організації затверджених політик і процедур з управління комплаєнс-ризиком;

4) надання підрозділами своєчасної та повної інформації про події, що несуть комплаєнс-ризик, тобто наявність ефективного інформаційного обміну.

Процес управління комплаєнс-ризиком являє собою циклічну систему, що характери-

зується замкнутим круговим рухом і складається з декількох ключових стадій.

До основних стадій управління комплаєнс-ризиком можна віднести:

- 1) ідентифікацію;
- 2) оцінку;
- 3) контроль;
- 4) подальший моніторинг комплаєнс-ризиків

[8, с. 200].

На етапі ідентифікації комплаєнс-ризиків слід визначити найбільш важливі і доступні джерела отримання інформації. Ідентифікація повинна відбуватися як мінімум на двох рівнях: портфельному та транзакційному.

До числа найбільш пріоритетних напрямків для ідентифікації комплаєнс-ризиків можна віднести наступні: банківські процеси; результати експертних оцінок співробітниками комплаєнсу; результати аудиторських перевірок; акти перевірки наглядовими органами, рішення судів, претензії клієнтів, правові основи і розсилки, публікації в пресі, в Інтернеті і т.д. Для проведення ідентифікації необхідно здійснювати регулярний збір, аналіз і документування всієї отриманої інформації з наданням висновків про фактори виникнення ризику, варіантами його впливу і потенційних наслідків для організації. Ідентифікація, проведена належним чином, повинна бути сфокусована на виявленні і розумінні існуючих і прогнозуванні потенційних комплаєнс-ризиків [2, с. 21].

Як уже зазначалося, реалізація комплаєнс-функції вимагає комплексного підходу. Однак позасистемні спроби вбудовування комплаєнс-контролю можуть зашкодити бізнесу в цілому, і в тому числі в досягненні ефективності і результативності. Іншими словами, відсутність системного підходу в частині комплаєнсу може нанести великі фінансові втрати бізнесу, ніж планові витрати на саму систему комплаєнсу. Як приклад можна назвати затримку запуску нового продукту або припинення його продажів через неготовність програмного забезпечення підтримувати

нові необхідні вимоги щодо даного продукту в момент вступу в силу відповідного нормативного документа. Вимушений простій може обернутися втратою часу, пов'язану з втратою актуальності з огляду на насичення ринку аналогічними продуктами, пропонуваними конкурентами [1].

Комплаєнс-система вимагає тимчасових, трудових та інших витрат. Однак позасистемні підходи в частині комплаєнсу можуть нанести великі фінансові втрати бізнесу [5, с. 10].

При цьому найбільш ефективним з управлінської точки зору буде такий підхід до комплаєнс-менеджменту, в умовах якого ціна контролю не буде перевищувати втрати від його відсутності.

Наріжним каменем при розрахунку комплаєнс-ціни є кордон ризик-апетитів. Від того, які максимальні втрати готова понести організація при реалізації даного продукту, залежить обґрунтованість витрат на контроль. Тут існує зворотний зв'язок: чим вище ризик-апетити, тим менше потрібно витрат на контроль, і навпаки [6]. Ціна некомплаєнсу прямо впливає на ціну контролю: чим серйозніше наслідки некомплаєнсу, тим більше обґрунтовані витрати на контроль. Таблиця 1 допоможе нам зорієнтуватися в цінових межах комплаєнс-контролю.

Далі розглянемо таблицю 3.

Відзначимо, що результати, представлені в табл. 3, не претендують на абсолютну математичну точність. Наша мета – показати ланцюжок логічних міркувань за допомогою гіпотетичного прикладу. Зрозуміло, що в кожній окремо взятій організації будуть свої конкретні цифри і результати.

У графі «Реакція на ризик (первинна)» відображений комплекс контрольних заходів в розрізі вартості оплати праці персоналу банку, витрат на його навчання, а також витрат на програмне забезпечення, обладнання і т.д. У розрізі мети № 1 представлені витрати на реалізацію продукту виходячи з його бізнес-технології

Таблиця 1

Цінові границі комплаєнс-контролю

0	Ціна допустимих витрат	100% від ціни властивих ризиків
0	Ризик-апетити	Властиві ризики
100% від ціни властивих ризиків	Ціна контролю	0

Таблиця 2

Ціна комплаєнсу та параметри продукту

№	Параметри	Ціль №1	Ціль №2	Ціль №3/4
1.	Властиві ризики	50	30	20
2.	Ціна некомплаєнсу	5	10	15
3.	Ризик-апетити	20	15	15

Таблиця 3

Розрахунок ціни комплаєнсу									
№	Сукупна ціна властивого ризику	Ризик-апетити	Відхилення	Реакція н ризик (первинна)			Сукупна величина ризику	Відхилення	
				Люди	Документи	Тех. засоби			
1	50	20	30	Вартість роботи і навчання персоналу, задіяного в реалізації продукту, = 30	Вартість роботи персоналу, задіяного в створенні документів, і витратних матеріалів = 5	Вартість обладнання та програмного забезпечення, задіяного в реалізації продукту, = 10	Мінімізація ризику до 10 (експертна оцінка). Витрати на контроль = 45 (30 + 5 + 10) (Не перевищують величину властивих ризиків) <50	10 <20 Ризик апетити НЕ перевищені	
Мета № 2. Досягнення достовірності звітності	30	15	15	Вартість роботи і навчання персоналу, задіяного в складанні звітності та технідтримки систем, = 5	Вартість роботи персоналу, задіяного в створенні форм звітності, і витратних матеріалів на звітність = 2	Вартість обладнання та програмного забезпечення, задіяного в реалізації продукту, = 3	Мінімізація ризику до 10 (експертна оцінка). Витрати на контроль = 10 (5 + 2 + 3) (Не перевищують величину властивих ризиків) <30	10 <15 Ризик апетити НЕ перевищені	
Мета № 3/4. Дотримання всіх зовнішніх, внутрішніх правил гри. Виняток залучення організації та участі її службовців в здійсненні протиправної діяльності	20	15	5	вартість роботи і навчання персоналу, задіяного в реалізації комплаєнс- функції при реалізації продукту, = 10	вартість роботи персоналу, необхідного для внесення необхідних процедур в локальні документи (Створені при реалізації мети N 1), = 2	вартість обладнання та програмного забезпечення, задіяного в реалізації продукту, = 3	мінімізація ризику до 10 (експертна оцінка). Витрати на контроль = 15 (10 + 2 + 3) (Не перевищують величину властивих ризиків) <20	10 <15 Ризик апетити НЕ перевищені	

Таблиця 4

Кінцевий розрахунок ціни комплаєнсу

Ціль №	Сукупна величина ризику (Властивого)	Ціна контролю	Ризик апетити	Сукупна величина ризику (Залишкового)	Відхилення (колонки № 8-3	Висновки
(1)	(2)	(11)	(3)	(8)	(9)	(12)
Ціль № 1	50	$45 = 30 + 5 + 10 < 50$	20	10	$10 < 20$	Витрати на контроль не перевищують величину властивих ризиків ($45 < 50$). Мінімізація ризику внаслідок впровадження механізмів контролю відповідає меж встановленого ризик-апетиту ($10 < 20$)
Ціль № 2	30	$10 = 5 + 2 + 3 < 30$	15	10	$10 < 15$	Витрати на контроль не перевищують величину властивих ризиків ($10 < 30$). Мінімізація ризику внаслідок впровадження механізмів контролю відповідає меж встановленого ризик-апетиту ($10 < 15$)
Ціль № 3/4	20	$15 = 10 + 2 + 3 < 20$	15	10	$10 < 15$	Витрати на контроль не перевищують величину властивих ризиків ($15 < 20$). Мінімізація ризику внаслідок впровадження механізмів контролю відповідає межам встановленого ризик-апетиту ($10 < 15$)
Разом по всім цілям	100	$70 = 45 + 10 + 15$	В межах від 15 до 20	До 10	В межах від 5 до 10 (наявний запас міцності при заданих ризик-апетити)	Сукупні витрати на контроль не перевищують величину властивих ризиків ($70 < 100$). Ціна комплаєнсу в розмірі 25 становить близько третини (36%) від загальної ціни контролю. Ціна некомплаєнсу в розмірі (див. початкові умови) вище ціни комплаєнсу в розмірі 25 % величина залишкового ризику залишається в межах встановлених ризик-апетитів. При цьому в межах від 5 до 10 є запас міцності

(без урахування вимог відповідно до цілей № 2-4). Мається на увазі, що це ті витрати, які в будь-якому випадку поніс би бізнес при реалізації даного продукту, при цьому не витративши нічого на забезпечення комплаєнсу, достовірності звітності і т.д. Технологія створення продукту (навіть якщо в неї не включено комплаєнс-блок) зазвичай передбачає, що визначені бізнес-процеси в розрізі окремих виконавців, розроблені необхідні документи, закуплені необхідні технічні засоби. Ці витрати лягли в розрахунок мети № 1.

При розгляді контрольних заходів в частині цілей № 2-4 передбачалося, що дані заходи вбудовуються в бізнес-процеси в розрізі реалізації мети № 1, тому витрати на них істотно менше. Наприклад, для реалізації контролю в частині документів досить передбачити, що в уже створені для мети № 1 документи буде додано інформацію в частині реалізації цілей № 2-4. Аналогічно в розрізі персоналу передбачається, що частина виконавців в розрізі реалізації мети № 1 будуть задіяні для реалізації цілей № 2-4, і т. д.

Підводячи підсумки аналізу даних табл. 3, спростивши і трохи змінивши її, ми отримаємо наступні результати (табл. 4).

Підіб'ємо підсумки аналізу даних, представлених в нашому прикладі:

- сукупні витрати на контроль не перевищують величину властивих ризиків ($70 < 100$). Витрати на контроль в розрізі всіх поставлених цілей економічно виправдані;

- ціна комплаєнсу в розмірі 25 становить близько третини (36%) від загальної ціни контролю. Майже дві третини загальної ціни контролю доводиться на механізми контролю, необхідні для реалізації мети і завдань бізнесу;

- ціна некомплаєнсу в розмірі 30 вище ціни комплаєнсу в розмірі 25. Витрати на комплаєнс економічно виправдані;

- завдяки всьому комплексу контрольних заходів величина залишкового ризику залишається в межах встановлених ризик-апетитів. При цьому в межах від 5 до 10 є запас міцності.

Таким чином, наші результати можуть допомогти обґрунтувати, що в даному конкретному випадку комплаєнс дешевше, ніж некомплаєнс. Більш того, завдяки впровадженню комплаєнс-заходів вдається утримувати хороший відрив

між залишковим ризиком і величиною ризик-апетитів. Отже, досягається мета організації в частині управління заданим рівнем ризику при реалізації окремо взятого продукту для отримання запланованих вигод.

Наближаючись до розгляду синергетичного ефекту від оптимально реалізованої комплаєнс-функції, важливо ще раз підкреслити, що комплаєнс-функція повинна органічно влитися в існуюче русло бізнес-процесів. Більш того, розуміння правильності комплаєнс-підходів в повсякденній діяльності, сформованих у вигляді комплаєнс-культури організації, якогось клімату несприяння порушень встановлених правил, традицій, звичаїв і т.д., створює фундамент комплаєнс-контролю в частині захисту від потенційно можливих порушень, в тому числі навмисно скоєних, таких як шахрайство.

Іншими словами, комплаєнс повинен органічно увійти в систему цінностей організації як невід'ємна частина корпоративної культури в рамках корпоративного управління.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи зазначене вище варто звернути увагу на те, що незалежно від того, чи іншого підходу, з яким банківська установа організує власну систему комплаєнс, вона беззаперечно має забезпечувати контроль за вимогами законодавства і регуляторів. При цьому, основне її завдання полягає у попередженні негативних наслідків для банку в умовах постійно змінюваних вимог законодавства (національного, міжнародного та іноземного), регулюючих органів та існуючої бізнес-практики.

Ефективна робота комплаєнс-контролю як складової внутрішнього контролю має напроцуд масштабне значення та надає змогу вирішувати різноманітні економіко-правові проблеми, зокрема: безпечно та з дотриманням чинного законодавства використовувати продукти інтелектуальної власності, всебічно використовувати інтелектуальний потенціал працівників служби комплаєнс-контролю; впроваджувати прозорість і законність взаємовідносин із клієнтами банку; клієнтам і працівникам банку вільно беззастережно інформувати керівництво про порушення та/або загрози порушення законодавства та неетичну поведінку співробітників.

Список використаних джерел:

1. Бортников Г. Комплайенс-риск (риск несоблюдения): международные стандарты и их применимость для банков в странах СНГ. URL: http://www.iiru.ru/inner_auditor/publication/foreign_mass_media_articles/bortnikov
2. Гаврікова А. В. Застосування системи комплаєнс-контролю в процесі здійснення інноваційної кредитної політики банку. Економіка і організація управління: [збірник наукових праць]. 2012. № 1 (11). С. 21-30.

3. Деева Н. Е. Внутрішній контроль у системі ризик-менеджменту комерційного банку. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Черкаси: ЧДТУ, 2009. Вип. 23, ч. 2. С. 86-91.
4. Ключко Л. А. Фінансовий моніторинг та комплаєнс-контроль в банках. Финансы, учет, банки. 2014. Вип. 1. С. 153-160. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fub_2014_1_22
5. Правдива Л. Удосконалення корпоративного управління в банках та управління комплаєнс-ризиком. Вісник Національного банку України. 2011. № 7. С. 10-13.
6. Пальцун І. М. Compliance-політика як складова корпоративної культури підприємства URL: <http://library.donnueet.dn.ua/files/doc/trade/2013/35/Palcun.pdf>.
7. Хуторна М. Е. Організація ефективної системи комплаєнс-контролю у банку. Фінансовий простір. № 2. 2015. С. 113-119.
8. Цюцяк А. Л., Цюцяк І. Л. Впровадження системи комплаєнс-контролю у вітчизняну систему незалежного фінансового контролю та аудиту. Економіка : науково-інформаційний вісник. 2011. № 3. С. 200-206.
9. Швець Н. Р. Удосконалення систем управління банківськими ризиками у світлі посилення глобалізаційних та кризових явищ у світі. Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. № 1 2012. С. 433-445
10. Офіційний сайт Базельського комітету (bank for international settlement). URL: <http://www.bis.org/bcbs/index.htm>.

Ryshtun K.Yu.

THE EFFECTIVE SYSTEM OF ESTABLISHING COMPLIANCE CONTROL IN BANKING INSTITUTIONS

The article examines the notion of such economic and legal categories as compliance and compliance control based on banking sector example. The author analyzes the importance of ensuring compliance control in banks, defines main areas and functions of compliance control and identifies main ways of ensuring effective risk-management compliance.

The author describes existing in the economic theory approaches to building effective system of compliance risks management. Afterwards, the author focuses on the importance of effective compliance management for the company's financial stability and transparency, explains its influence upon employees' behavior and intellectual property protections. The author assesses the criteria of evaluating compliance control effectiveness and scrutinizes thereof based on the example of compliance control in banking institutions.

As a result, the author concludes that the regardless of the approach chosen by the banking institution to organize its own compliance system, it must undoubtedly provide full control over the legal and regulatory requirements compliance. At the same time, the main task of banking institutions is to avoid negative consequences in the conditions of constantly changing legal requirements (national and international as well) and existing business practices.

Key words: compliance, compliance control, compliance control in banking institutions, banking sector, risk management.

Русин-Гриник Р.Р.аспірант кафедри підприємництва
та екологічної експертизи товарів
Національного університету «Львівська політехніка»**ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМНИЦЬКИМИ СТРУКТУРАМИ НА ЗАСАДАХ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

Проаналізовано наукові літературні джерела на предмет формування системи управління підприємницькими структурами на засадах забезпечення їх конкурентоспроможності. Проведено аналізування категорії управління підприємницьких структур в Україні. Визначено, які саме стратегії лягли в основу формування сучасних теоретичних положень щодо забезпечення конкурентоспроможності та управління нею. Виявлено, що для розв'язання системи управлінських рішень можна використати три методи: метод Гаусса, метод Крамера та матричний метод та проаналізовано їх.

Ключові слова: конкурентоспроможність, товар, стратегії, торгівля, підприємницькі структури, система лінійних рівнянь.

Проанализированы научные литературные источники на предмет формирования системы управления предпринимательскими структурами на основе обеспечения их конкурентоспособности. Проведен анализ категории управления предпринимательских структур в Украине. Определено, какие именно стратегии легли в основу формирования современных теоретических положений по обеспечению конкурентоспособности и управления ею. Выявлено, что для решения системы управленческих решений можно использовать три метода: метод Гаусса, метод Крамера и матричный метод и проанализированы их.

Ключевые слова: конкурентоспособность, товар, стратегии, торговля, предпринимательские структуры, система линейных уравнений.

Постановка проблеми. Актуальні умови функціонування суб'єктів господарювання підприємницьких структур в Україні ускладненні значною кількістю політичних та макроекономічних чинників. Удосконалення системи управління конкурентоспроможністю є одним із найскладніших та найактуальніших завдань, яке стоїть як перед вітчизняні так і закордонними підприємницькими структурами, що логічно зумовлено процесами активізування інноваційної діяльності, посилення глобалізації та лібералізації ринкових відносин. Підприємницькі структури неминуче постають перед необхідністю узагальнення існуючих підходів до формування нових інструментів генерування рішень із забезпечення високого рівня конкурентоспроможності у довгостроковому періоді.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі аналізуванню конкурентоспроможності підприємницьких структур України приділяється чимала увага. Вітчизняні науковці акцентують увагу на проблемах їх розвитку, зокрема в сфері торгівлі, тим самим обґрунтовуючи наявність несприятливих тенденцій у даній галузі економіки. До таких вчених можна віднести Чорну М. [1] і Чернегу О. [9], які досліджували конкурентоспроможність

вітчизняних підприємницьких структур на рівні міжнародних ринків, і відзначили наявність несприятливих тенденцій, які мають місце у структурі сфери торгівлі. До закордонних вчених, які у своїх дослідження торкнулися проблем розвитку підприємницьких структур у міжнародному аспекті, розглядаючи можливість розвитку торговельних відносин у площині ефективності використовуваної підприємствами методології, можна віднести Бермана Б. і Джоела Р. [4], Ісалову М. і Мамедова Ф. [2], Язикова М. [3], Ансоффа І. [5], Беспятого В. [6], Попова Є. [7], Фатхудинова Р. [8] та багато інших.

Проте, слід зазначити, що ретельне дослідження конкурентоспроможності вітчизняних підприємницьких структур, недостатньо мірою висвітлено у науковій літературі, зокрема розроблення наукового підходу до аналізування передумов формування системи управління підприємницькими структурами на засадах їх конкурентоспроможності.

Метою статті є актуальність досліджуваної наукової проблеми та недостатній рівень її висвітлення у наукових літературних джерелах, вимагає розроблення наукового підходу до аналізування передумов формування системи управління підприємницькими структурами на засадах їх конкурентоспроможності.

Викладення основного матеріалу статті. Категорії «управління» та «конкурентоспроможність» являються одним із найбільш визначальних у сучасній теорії і практиці успішного ведення бізнесу. Існуючі наукові точки зору та їхню роль у функціонуванні підприємницьких структур важко недооцінити. Практично кожна розглянута у різних наукових працях теорія являється вагомими інструментом для прийняття рішень за даною проблематикою та широким полем для подальших досліджень. Проте, серед усіх представлених у даній роботі концепції можна виділити декілька найбільш популярних та основоположних, які лягли в основу формування сучасних теоретичних припущень щодо визначення сутності понять «конкурентоспроможність» та «управління». До цих інструментів слід віднести стратегії М. Портера, Т. Робінсона та Р. Майла і С. Сноу.

До стратегій М. Портера можна віднести: стратегію зменшення витрат на виробництво товарів, стратегію диференціювання та стратегію фокусування. Ці стратегічні альтернативи особливо актуальні в умовах зростання конкуренції і орієнтуються на товар (зменшення його собівартості, розширення асортименту і номенклатури, посилена реклама та удосконалення наявних на ринку зразків).

Стратегії Т. Робінсона враховують етап життєвого циклу галузі. Відповідно до цього згаданими науковцем запропоновано три стратегії: піонер, запізнений послідовник та запізнений новачок, які реалізуються відповідно на стадіях зародження, зростання та зрілості. Вибір цих стратегій не залежить від того, яку товарну політику проводить підприємство чи група підприємств.

Р. Майлз і С. Сноу запропонували інший набір стратегічних альтернатив, до яких можна віднести: стратегію розвідника, стратегію захисника, стратегію аналітика, стратегію консерватора. Вибір цих стратегій залежить від рівня гнучкості організації або їх групи, оскільки у даному випадку, зазначені науковці зосередили головну увагу на дослідженні рівня консерватизму, який притаманний певній підприємницькій структурі. Дані стратегії також можуть реалізовуватись із врахування етапу життєвого циклу галузі, проте вибір параметру гнучкості є більш раціональним, через те, що він забезпечує можливість виокремлення даних стратегій від інших і тим самим забезпечує не альтернативний характер використання однієї із них у порівнянні зі стратегіями, які розглянуті вище.

Стратегії окремої групи є альтернативними. Групи цих стратегій не є альтернативними, що створює можливість їх поєднання, шляхом вибору раціонального дозування рішень, які

пропонуються кожною із стратегій. Так, можливим є використання стратегії диференціювання М. Портера та стратегії запізненого послідовника Т. Робінсона. Таким чином, визначення структурного дозування рішень пропонованих даних науковцями дає змогу формувати систему управління підприємницькими структурами на засадах їх конкурентоспроможності.

Отже, можна підсумувати, що зростання конкурентоспроможності можливе на основі паралельного використання трьох названих стратегій, які спрямовані на удосконалення товарної політики, врахування етапу життєвого циклу галузі та підвищення рівня гнучкості підприємницьких структур. Розглянемо детальніше кожен із пропонованих параметрів підвищення конкурентоспроможності підприємницької структури:

1. Товарна та цінова політика – рівень концентрації галузі, специфіка виробничих процесів та ситуація на ринку ресурсів являються одним із ключових факторів прийняття рішень щодо того чи варто розширювати асортимент продукції та чи доцільно знижувати витрати та яку стратегію вибрати щодо позиціонування товару у системі «ціна-якість». М. Портер пропонує три альтернативні стратегії: стратегія зниження витрат, стратегія диференціювання, стратегія фокусування. Стратегія зниження витрат характеризується низкою недоліків і переваг, які слід приймати або відхиляти залежно від кон'юнктури ринку та рівня концентрації галузі. Зниження витрат може несприятливо вплинути на якість продукції, що зумовлює зниження рівня якості продукції. Проте це дає змогу збільшити прибуток і тим самим наростити обсяги інвестицій у інновації, оновлення обладнання, навчання працівників тощо. Тому питання зниження чи зростання витрат є дискусійним і залежить від рівня концентрації галузі та характеру позиціонування товару у системі «ціна-якість». Стратегія диференціювання базується на збільшенні асортименту продукції з метою більш глибокого задоволення потреб споживачів. Відповідь на питання про необхідність розширення асортименту продукції приймається на основі врахування рівня концентрації галузі. Якщо підприємницька структура функціонує в умовах монополістичної конкуренції, то стратегія диференціювання є оптимальною. Стратегія фокусування використовується в умовах надзвичайно високої конкуренції, оскільки удосконалення товару в таких умовах є складним завданням. Тому доцільніше орієнтуватися на один товар та один ринок. Це також зумовлено тим, що при високій спеціалізації рівень якості продукції зростає. Отже, можна відзначити, що наявні стратегії слід використовувати для удо-

сконалення товарної та цінової політики підприємницької структури. Вони є альтернативними та їх вибір залежить від рівня концентрації галузі і характеру позиціонування товару.

2. Етап життєвого циклу галузі – підвищення рівня конкурентоспроможності на основі врахування стадії розвитку ринку певного товару може відбуватись на основі стратегій Т. Робінсона. До них відносять: стратегія «новачка», стратегія «запізнілого послідовника», стратегія «запізнілого новачка». Вибір однієї із названих вище альтернативних стратегій ґрунтується на основі ідентифікації стадії життєвого циклу галузі. Стратегія «новачка» найбільш прийнятна на ранній стадії розвитку галузі. Стратегії «запізнілого послідовника» та «запізнілого новачка» слід використовувати на стадіях росту та зрілості. Вибір даних стратегічних альтернатив базується на здатності підприємницької структури зміни у тенденціях розвитку ринків, адаптуватись до умов зовнішнього середовища, а також сприймати інновації. Дані категорії тісно пов'язані із поняттям гнучкості, яке слід розглядати як параметр вибору стратегічних альтернатив пропонує Р. Майлзом та С. Сноу.

3. Гнучкість – Здатність підприємницької структури адаптуватись до змін та вміння змінювати стратегічні орієнтири відповідно до ситуації, яка зумовлена, внутрішніми і зовнішніми чинниками мікро- і макросередовища підприємства називається гнучкістю. Чим вищим є рівень гнучкості підприємницької структури тим вищою є її здатність оперативно реагувати на зміну у структурі споживчих потреб. Чим вищий рівень гнучкості організації тим нижчим є рівень її консерватизму. Відповідно до цього Р. Майлзом та С. Сноу запропоновано ряд стратегічних альтернатив, які можна обирати в залежності від рівня гнучкості підприємницької структури: стратегія «розвідника», стратегія «захисника», стратегія «аналітика», стратегія «консерватора». Прийняття рішення щодо вибору однієї із наведених стратегій може відбуватись на основі порівняння гнучкості підприємницької структури відповідно до змін у зовнішньому середовищі. Якщо рівень гнучкості підприємницької структури є високим, то перевага надається радикальним стратегіям, які передбачають моніторинг не властивих для підприємства ринків та виявлення можливостей щодо нарощення об'ємів реалізації. До таких стратегій можна віднести стратегію «розвідника» та стратегію «аналітика». Якщо рівень гнучкості підприємницької структури не високий, то доцільним є обрати консервативні стратегії: «захисника» і «консерватора».

Приведені критерії, на основі яких можна підвищити конкурентоспроможність підприєм-

ницької структури не є єдиними. Серед інших факторів, що впливають на обрання стратегічної альтернативи, слід виділити рівень концентрації галузі. Цей показник характеризує рівень монополізації ринку. Якщо галузь є монополізованою, то стратегії диференціації чи фокусування не є оптимальними, оскільки вони потребують додаткових витрат для підприємницької структури. Високий рівень концентрації також означає недоцільність застосування радикальних новаторських стратегій Т. Робінсона та Р. Майлза і С. Сноу. Тому, при формуванні системи управління підприємницькими структурами на засадах забезпечення їх конкурентоспроможності доцільним є врахування рівня концентрації галузі.

Тому, при управлінні підприємницькими структурами на засадах забезпечення їх конкурентоспроможності слід враховувати чотири фактори: товарна і цінова політика підприємницької структури, етап життєвого циклу галузі, гнучкість підприємницької структури та рівень концентрації галузі. Наведені групи стратегій не являються альтернативними і можуть використовуватись паралельно для удосконалення діяльності підприємства за чотирма названими напрямками. Альтернативними є стратегії, що входять до однієї групи.

Очевидним є припущення про те, що управління підприємницькими структурами на основі підвищення рівня конкурентоспроможності реалізується через прийняття рішення щодо вибору кількох стратегій, які підсилюють рівень конкурентоспроможності підприємницької структури за певним напрямом. Проте, не вирішеним залишається завдання прийняття рішення щодо вибору між альтернативними стратегіями, які входять до однієї групи. З цього приводу доцільно застосувати побудову дерева рішень.

Під деревом управлінських рішень слід розуміти набір готових рішень, які приймаються на основі певних факторів. По суті дерево рішень є деяким видом сценарного планування, що базується на формуванні альтернативних рішень та підстав для їх прийняття. Графічне представлення послідовності реалізації сценарних планів нагадує «дерево», тому інколи сценарні плани називають деревами рішень.

Використання дерева управлінських рішень для вирішення проблеми пошуку оптимальної стратегічної альтернативи є можливим, оскільки прийняття тієї чи іншої стратегії відбувається із врахування факторів, що відрізняються відповідно до групи представлених вище стратегій управління конкурентоспроможністю. Прийняття рішення щодо вибору стратегії зниження витрат, диференціювання

чи фокусування можливе на основі додаткового врахування рівня монополізації галузі, котрий являється зовнішнім чинником на протидію товарній та ціновій політиці. Вибір між стратегіями Т. Робінсона залежить від етапу життєвого циклу галузі. Управлінське рішення щодо вибору між стратегічними пропозиціями Р. Майлза та С. Сноу може прийматись на основі аналізування конкурентів підприємницької структури на предмет їх гнучкості, що можливе шляхом дослідження частки великих, середніх і малих підприємств на ринку.

Побудова дерева управлінських рішень щодо обрання тієї чи іншої стратегії не є завершальним етапом у процесі управління підприємницькими структурами на засадах їх конкурентоспроможності проте дерево є основою для вирішення означеного завдання. Стратегії, які входять в одну групу зазвичай є альтернативними, тому вибір однієї із них базується на дослідження цільового критерію (товарна та цінова політика, етап життєвого циклу чи гнучкість). Обрані стратегії, відповідно до кожного із означених критеріїв, можуть реалізовуватись одночасно і тому необхідним є визначення інструментарію щодо зважування обраних напрямків, оскільки реалізацію трьох обраних стратегій може спричинити витрати з боку підприємницької структури.

Відтак, побудова та використання дерева рішень, є лише одним і етапів формування системи управління підприємницькими структурами на засадах забезпечення їх конкурентоспроможності. Наступним етапом є визначення оптимальності розподілу наявних у підприємницької структури ресурсів для реалізації трьох обраних стратегій. Вирішення цього завдання на етапі формування означеної управлінської системи є неминучим, оскільки є основою для прийняття управлінських рішень, які мають характеризувати порядок кроків із підвищення конкурентоспроможності з точки зору досяжності та кількісного вимірювання обраних цілей і завдань, отриманих на основі визначених стратегій з урахуванням трьох напрямків удосконалення конкурентоспроможності підприємницької структури. Тому логічним постає завдання визначення інструментарію щодо прийняття рішення про розподіл ресурсів між трьома обраними не альтернативними стратегіями.

Формування оптимальної структури розподілу капіталу та ресурсів підприємницької структури широко розглядається у теорії інвестицій, а саме у портфельному інвестування. Одним із найпопулярніших інструментів для вирішення означеної проблеми є модель Г. Марковіца, відома як теорія портфелів Марковіца.

Оптимізаційну задачу визначення оптимальної структури розподілу коштів можна представити наступним чином:

$$\begin{cases} w_1 + w_2 + w_3 = 1; \\ w_1 r_1 + w_2 r_2 + w_3 r_3 = r_p; \\ 2w_1 \text{Var}(r_1, r_1) + 2w_2 \text{Cov}(r_1, r_2) + 2w_3 \text{Cov}(r_1, r_3) - \kappa_1 r_1 - \kappa_2 = 0; \\ 2w_1 \text{Cov}(r_2, r_1) + 2w_2 \text{Var}(r_2, r_2) + 2w_3 \text{Cov}(r_2, r_3) - \kappa_1 r_2 - \kappa_2 = 0; \\ 2w_1 \text{Cov}(r_3, r_1) + 2w_2 \text{Cov}(r_3, r_2) + 2w_3 \text{Var}(r_3, r_3) - \kappa_1 r_3 - \kappa_2 = 0. \end{cases} \quad (1)$$

де w_1, w_2, w_3 – частки інвестиційних активів у інвестиційному портфелі; r_1, r_2, r_3 – очікувані дохідності інвестиційних активів; r_p – запланована дохідність інвестиційного портфелі; $\text{Var}(r_1, r_1) \dots \text{Var}(r_3, r_3)$ – варіація дохідностей першого-третього активу; $\text{Cov}(r_1, r_2) \dots \text{Cov}(r_3, r_2)$ – коваріації всіх непарних комбінацій рядів дохідностей інвестиційних активів.

Для вирішення задачі отримання оптимальної структури розподілу коштів між не альтернативними стратегіями покращення конкурентоспроможності підприємницької структури шуканими будуть частки w_1, w_2, w_3 . Значення дохідностей та їх коваріацій і варіацій обчислити неможливо, оскільки невідомим залишається обсяг інвестицій, які можуть бути інвестовані за кожною із стратегій. Тому для вирішення даної проблеми у даній роботі пропонується застосовувати не відносний показник дохідності, а суму прогнозованих надходжень, які отримає підприємство від реалізації обраної не альтернативної стратегії. Тоді під запланованою дохідністю можна розглядати певне очікуване значення суми надходжень за трьома стратегіями одночасно. Коваріацію і варіацію можна розрахувати відносно значень прогнозованих надходжень. З урахуванням визначених авторських припущень оптимізаційну задачу (1) запишемо так:

$$\begin{cases} w_1 + w_2 + w_3 = 1; \\ w_1 \sum_{i=1}^N PP_i + w_2 \sum_{i=1}^N LC_i + w_3 \sum_{i=1}^N F_i = D; \\ 2w_1 \text{Var}(PP, PP) + 2w_2 \text{Cov}(PP, LC) + 2w_3 \text{Cov}(PP, F) - \kappa_1 \sum_{i=1}^N PP_i - \kappa_2 = 0; \\ 2w_1 \text{Cov}(LC, PP) + 2w_2 \text{Var}(LC, LC) + 2w_3 \text{Cov}(LC, F) - \kappa_1 \sum_{i=1}^N LC_i - \kappa_2 = 0; \\ 2w_1 \text{Cov}(F, PP) + 2w_2 \text{Cov}(F, LC) + 2w_3 \text{Var}(F, F) - \kappa_1 \sum_{i=1}^N F_i - \kappa_2 = 0. \end{cases} \quad (2)$$

де PP, LC, F – значення відповідно надходжень від реалізації обраної товарної та цінової стратегії, стратегії адаптації підприємницької структури до життєвого циклу галузі та стратегії із удосконалення гнучкості підприємницької структури; i – порядковий індекс; N – кількість спостережень за значенням надходжень від реалізації обраних на основі використання дерева рішень стратегій підвищення конкурентоспроможності.

Слід зазначити, що оптимізаційні задачі (1), (2) записані не свої звичайні форми, а у формі

системи лінійних рівнянь. Це дає змогу одразу ж перейти до методів розв'язання задачі (2).

Для розв'язання системи лінійних рівнянь використаємо три методи: метод Гаусса, метод Крамера та матричний метод. Застосуємо матричний метод, оскільки він є найбільш простим при використанні засобів електронно-обчислювальної техніки. Для демонстрації матричного методу вирішення задачі (2) представимо дану систему лінійних рівнянь у формі матриць (3).

$$X = \begin{bmatrix} 1 & 1 & 1 & 0 & 0 \\ \sum_{i=1}^N PP_i & \sum_{i=1}^N LC_i & \sum_{i=1}^N F_i & 0 & 0 \\ 2Var(PP,PP) & 2Cov(PP,LC) & 2Cov(PP,F) & \sum_{i=1}^N PP_i & 1 \\ 2Cov(LC,PP) & 2Var(LC,LC) & 2Cov(LC,F) & \sum_{i=1}^N LC_i & 1 \\ 2Cov(F,PP) & 2Cov(F,LC) & 2Var(F,F) & \sum_{i=1}^N F_i & 1 \end{bmatrix}; \quad (3)$$

$$W = \begin{bmatrix} w_1 \\ w_2 \\ w_3 \\ \kappa_1 \\ \kappa_2 \end{bmatrix}; Y = \begin{bmatrix} 1 \\ D \\ 0 \\ 0 \\ 0 \end{bmatrix}.$$

де X – матриця коефіцієнтів системи лінійних рівнянь (2); W – вектор розв'язків системи лінійних рівнянь (2); Y – вектор значень залежних змінних системи лінійних рівнянь (2).

Тоді система рівнянь (2) може бути записана так:

$$X \times W = Y. \quad (4)$$

Звідси вектор розв'язків:

$$W = X^{-1}Y. \quad (5)$$

Отримання вектору розв'язків, шляхом розрахунку добутку матриць, наведених у співвідношенні (5) називається матричним методом розв'язання системи лінійних рівнянь.

Таким чином, після того, як обрані не альтернативні стратегії за трьома означеними вище напрямками можливим є їх зважування на основі визначення оптимального розподілу ресурсів і капіталу на їх реалізацію. У даному випадку, критерієм оптимізації виступають динамічні ряди грошових надходжень від реалізації кожної із стратегій.

Тому метод Г. Марковіца із формування оптимальної структури інвестиційних портфелі є цілком доречним при вирішенні даного завдання. Проте, варто зазначити, що реалізація представлених вище стратегій підвищення конкурентоспроможності не завжди спричиняють отримання певних вхідних грошових потоків. Це зумовлює необхідність розглянути можливість використання інших показників для аналізування обраних не альтернативних стратегій. До таких показників можна віднести: витрати, які несе підприємницька структура на кожному із етапів реалізації стратегії підвищення конкурентоспроможності; час, який витрачається на реалізацію кожного із етапів обраних не альтернативних стратегій; обсяг реалізації продукції, при виборі однієї із трьох стратегій; прибуток, який отримає підприємницька структура при реалізації тільки однієї із обраних не альтернативних стратегій; динаміка частки ринку підприємницької структури; відношення середнього прибутку підприємницької структури до середньо галузевого значення даного параметра.

Висновки з проведеного дослідження.

Реалізація пропонованого методу визначення структури розподілу коштів для реалізації трьох обраних не альтернативних стратегій із підвищення конкурентоспроможності підприємницької структури базується на використанні складного математичного апарату. З цією метою необхідним є розроблення наукового підходу до аналізування передумов формування системи управління підприємницькими структурами на засадах їх конкурентоспроможності. Оскільки оцінювання результатів використання даних стратегій потребує застосування складних статистичних та економетричних засобів, а також інформації, якою підприємства не завжди готові поділитися. Проте, якби використання приведенного методу здійснювалось підприємницькою структурою на практиці, то його реалізація була би цілком можливою.

Список використаних джерел:

1. Чорна М. В. Сучасні особливості розвитку роздрібної торгівлі України. Соціально-економічні аспекти розвитку України в умовах конкурентного середовища: Тези доп. всеукр. наук.-практ. конф. Первомайськ : ХДУХТ, 2010. С. 191-192.
2. Исалова М.Н., Мамедова Ф.И. Формирование эффективной организационной формы функционирования сетевой торговой фирмы. Транспортное дело России. 2008. № 4. С. 27-35.
3. Языков М.С. Формализация взаимоотношений субъектов экономической деятельности в сфере розничной торговли. Вестник непрерывного образования. 2009. № 2. С. 52-64.
4. Барри Берман, Джозел Р. Эванс Розничная торговля: стратегический поход. М.: «Вильямс», 2003. 1184 с.
5. Ансофф И. Стратегическое управление / Пер. с англ.; Науч. ред. и авт. пред. Л.И. Евенко. М.: Экономика, 2004. 489 с.

6. Беспятых В.И. Управление качеством и конкурентоспособностью продукции в АПК: Дис... д-ра экон. наук:08.00.05. Киров, 2000. 394 с.
7. Попов Е. Услуги образования и рынок. Российский экономический журнал. 1992. № 6. С. 43-49.
7. Портер М.Е. Конкуренция. – М.: Вильямс, 2005. – 608 с.
8. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. – М.: Прогресс, 1986. – 472 с.
8. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. М.: ИНФРА-М, 2004. 312 с.
10. Фатхутдинов Р.А. Стратегическая конкурентоспособность: Учебник. – М.: Экономика, 2005. – 504 с.
9. Чернега О.Б. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств. Донецьк, 2004. 53 с.
10. Економічне зростання України: стан та чинники забезпечення: Зб. наук. пр. Кол. авт.: Л.М. Борщ (кер.), М.О. Скоромнюк, Р.М. Арзуманов та ін. К.: Логос, 2003. С. 433.
11. Вільгуцька Р.Б. Формування та використання організаційних структур управління підприємствами URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/26542>
12. Георгіаді Н. Сучасний стан підприємницької активності в Україні URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4818>
13. Крикавський Є. Маркетингова товарна політика: підручник / Є. Крикавський, І. Дейнега, О. Дейнега, Р. Патора. 3-тє вид., доп. і перероб. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. 360 с.

Rusyn-Grynyk R.R.

THE MANAGEMENT SYSTEM FORMATION FOR ENTREPRENEURIAL STRUCTURES ON THE BASES OF ENSURING THEIR COMPETITIVENESS

The scientific literature sources on the subject of management systems of business structures formation on the basis of providing them with competitiveness are analyzed. The category of entrepreneurial structures management in Ukraine is analyzed. It is determined which strategies have fallen into the basis of the modern theoretical provisions formation for the provision of competitiveness and its management. It is found out that three types of management solutions can be used: Gauss's method, Kramer's method and matrix method and they have been analyzed. Concerning management entrepreneurial structures on the basis of providing them, four factors are taken into account in the competitiveness: the commodity and price policy entrepreneurial structure, the stage of the industry's life cycle, the entrepreneurial structure flexibility and the level of concentration of the industry. The following group strategies are not alternatives and can be used in parallel to improve the activities of the company in four named directions. Alternatives are strategies that fall into one group. The taking decision task remains unsolved concerning the choice between alternative strategies that fall into one group. In that case, it is advisable to use the construction of the decision tree. Concerning the tree of the managerial decisions, it should be understood as a set of ready-made decisions that are made on the basis of certain factors.

Key words: competitiveness, commodity, strategy, trade, entrepreneurial structures, system of linear equations.

Скупейко В.В.кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування
Львівського університету бізнесу та права

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПТІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто теоретичні підходи до формування терміну «конкурентоспроможність». Зазначено, що в системі сучасного менеджменту термін «конкурентоспроможність» посідає ключове місце, так як процес управління змінами у конкурентному середовищі характеризується певним рівнем розвитку суб'єктів господарської діяльності та відповідним рівнем конкурентного середовища. Здійснено еволюційний аналіз даного терміну. Розкрито причини трансформації терміну «конкурентоспроможність». Описано взаємозв'язок конкурентоспроможності із соціальною складовою прибутку. Розкрито взаємозв'язок даного терміну із «теорією інтелектуального лідерства» та «теорією вартості». Акцентовано увагу на тому, що величиною виміру конкурентоспроможності підприємства повинно бути застосування фінансово-економічних параметрів за матеріалами статистичної та бухгалтерської звітності суб'єкту господарювання, які покажуть рівень ефективності використаних наявних ресурсів та їх нагромадження в аналізованому періоді з врахуванням реальних перспектив.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкуренція, конкурентне середовище, конкурентний статус, конкурентна позиція, інтелектуальне лідерство, конкурентоспроможна праця, конкурентна продукція.

В статье рассмотрены теоретические подходы к формированию термина «конкурентоспособность». Отмечено, что в системе современного менеджмента термин «конкурентоспособность» занимает ключевое место, так как процесс управления изменениями в конкурентной среде характеризуется определенным уровнем развития субъектов хозяйственной деятельности и соответствующим уровнем конкурентной среды. Осуществлен эволюционный анализ данного термина. Раскрыты причины трансформации термина «конкурентоспособность». Описана взаимосвязь конкурентоспособности с социальной составляющей прибыли. Раскрыта взаимосвязь данного срока с «теорией интеллектуального лидерства» и «теорией стоимости». Акцентируется внимание на том, что величиной измерения конкурентоспособности предприятия должно быть применение финансово-экономических параметров за материалами статистической и бухгалтерской отчетности субъекта ведения хозяйства, которые покажут уровень эффективности использованных имеющихся ресурсов и их нагромаждения в анализируемом периоде с учетом реальных перспектив.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренция, конкурентная среда, конкурентный статус, конкурентная позиция, интеллектуальное лидерство, конкурентоспособный труд, конкурентная продукция.

Постановка проблеми. Дія економічних законів та категорій в конкурентних умовах господарювання суб'єктів ринку передбачає її взаємозв'язок із теоретичним обґрунтуванням терміну «конкурентоспроможність». Даний термін повинен відображати розвиток конкурентного середовища та виокремлювати сутність провадження господарської діяльності суб'єктів конкуренції.

Особливе місце у таких дослідженнях є виокремлення особливостей терміну «конкурентоспроможність» як для конкурентного середовища, так і для окремо обраних суб'єктів господарської діяльності, наприклад, сільсько-господарських підприємств. Водночас, необхідно враховувати функціональну особливість категорії «конкурентоспроможність» яка наці-

лена по своїй суті на визначення можливої інвестиційної привабливості конкурентного середовища, загалом, так і окремо взятого суб'єкту господарювання, зокрема.

В системі сучасного менеджменту термін «конкурентоспроможність» посідає ключове місце, так як процес управління змінами у конкурентному середовищі характеризується певним рівнем розвитку суб'єктів господарської діяльності та відповідним рівнем конкурентного середовища.

Відповідно до сформованого твердження термін «конкурентоспроможність» необхідно розглядати на мікро- та макrorівнях як ресурсний потенціал. Отже, необхідно не лише розрізняти рівні конкурентоспроможності, але й формувати конкурентні зв'язки

на окремо відібраних системах, підсистемах, конкурентних об'єктах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досліджуючи термін «конкурентоспроможність» вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти не прийшли до єдиної думки щодо сутності даної категорії, а також щодо її відношення до таких категорій як конкуренція, конкурентне положення, конкурентні відносини, конкурентний статус.

Аналізуючи попередньо проведені вченими-економістами дослідження необхідно зазначити, що термін «конкурентоспроможність» є динамічною величиною та тісно пов'язана із еволюцією економічних поглядів щодо даного терміну та враховує організаційно-економічні особливості провадження господарської діяльності.

Обґрунтування терміну «конкурентоспроможність», визначення його переваг та недоліків є предметом дослідження багатьох вчених-економістів. Даний термін є ключовим елементом формування товарно-грошових відносин та елементом механізму ринкового державотворення суспільства. Наприклад, сучасні українські вчені-економісти Качмарик Я., Куцик П. та Лупак Р. [1] досліджували економічні механізми забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства. Ахматова М. [2] дослідила теоретичні моделі конкурентоспроможності. Тоді як, Блонська В. та Лупак Р. [3] дослідили даний термін з позиції ключового чинника розвитку конкурентоспроможності економіки. Войнаренко М. [4] розглянула конкурентоспроможність з погляду на її інвестиційну привабливість. Тоді як, Лихолат С. [5] розглянула термін «конкурентоспроможність» у поєднанні із монополізмом, а також із позицій історико-аналітичного аналізу розвитку конкурентних відносин [6]. Павлова В. [7] у своїй монографії здійснила оцінку конкурентоспроможності та розкрила її роль у процесі формування стратегії діяльності суб'єкту господарювання. Також, термін «конкурентоспроможність» в різних її аспектах розглядали у своїх працях вітчизняні науковці Трут О. [8], Тупчий В. [9], Клименко С., Барабась Д., Омеляненко Т. [10] та інші.

Мета дослідження. Попри достатній масив перелічених наукових досліджень термін «конкурентоспроможність», через його прогресивність, потребує більш глибокого аналізу з точки зору його еволюційності із врахуванням циклічності економічних і політичних процесів, розумінням його інтерпретацій та аналізу у відповідності до економічного об'єкту, що розглядатиметься.

Виклад основного матеріалу дослідження. Першими спробами визначення впливу кон-

курентії на товарно-грошові відносини можна простежити в економічних думках Античного світу, наприклад, Платон «Держава», Аристотель «Політика» та Стародавнього сходу «Артахмастру».

Так як було вище зазначено, термін «конкурентоспроможність» динамічна величина і період середньовіччя можна вважати як перший етап дослідження даного терміну, який відбувся під впливом економічних та політичних доктрин у напрямі вирішення проблем ціноутворення, формування прибутку та розвитку товарного обміну. Саме товарний обмін, у трактаті «Сума теології» Фоми Аквінського, характеризується як такий, що має відбуватися без обману з врахуванням соціальної складової торгового прибутку, водночас, обмежуючи практичне його використання. Тобто, були намагання у докапіталістичний період визначити конкурентні правила у розширеному суспільстві та визначити їх переваги.

Тоді як капіталістична ринкова економіка була переосмислена меркантилістами щодо конкуренції. Зокрема, А. Монкретьєн у «Трактаті по політичній економії» та Т. Мен в творі «Багатство Англії у зовнішній торгівлі, або баланс нашої зовнішньої торгівлі як принцип нашого багатства» першими сформулювали політику держави щодо імпортової сировини й товарів, ролі протекціоністських тарифів на них, водночас, окресливши перспективи нагромадження капіталу в залежності від бази оподаткування, що в свою чергу матиме вплив на конкурентоспроможність господарюючого суб'єкту в середині держави з розумінням впливу на конкурентне становище зовнішнього середовища чим стимулюватиме власну конкурентоспроможність [11].

Класики політичної економіки, в свою чергу, за допомогою теорії вартості обґрунтували споживчу та мінову цінність товарів. Наприклад, А. Сміт у 1776 році в праці «Дослідження про природу й причини багатства народів» розглядав конкуренцію як суперництво під впливом «невидимої руки економічними людьми». Тобто, описував поведінкову модель індивіда та обґрунтовував механізм конкуренції який призводить до оптимізації ресурсів за галузями. Водночас, описував працю як «справжнє мірило мінової цінності усіх товарів» та зазначав, що вона є основою економічного зростання конкурентоспроможності не лише підприємства, але й держави [12, с. 144]. Однак, А. Сміт не враховував впливу факторів майнового та матеріального характеру.

У 1817 році у праці «Початки політичної економії й оподаткування» Д. Рікардо продовжив вчення А. Сміта стверджуючи, що інтереси сус-

пільства та індивіда збігаються у конкурентному середовищі на що впливає уречевлена праця і її унікальність.

Отже, провівши дослідження економічної думки проголошеної класиками економічної теорії можна стверджувати, що конкурентоспроможність характеризується зміною розміру прибутку в основі якого є споживча та мінова вартість яка пов'язана з ціною політикою і можлива в умовах дії економічних законів, в тому числі, й закону попиту та пропозиції.

Немаловажною є праця «Принципи політичної економії» в якій Джон Стюарт Мілль пов'язував розмір прибутку із розміром заробітної плати внаслідок зменшення вартості самої праці які загалом впливають на рівень конкурентоспроможності суб'єкту господарювання але за умови відсутності втручання в економічні процеси представників держави [13].

Необхідно зазначити, що недопустимим є категоричне виключення держави із регулювання економічної системи так як держава є гарантом національної безпеки та соціального захисту громадян внаслідок чого має суттєвий вплив на конкурентоспроможність загалом через механізми, наприклад, державного замовлення на крупномасштабне виробництво.

Засновник неокласичного напрямку А. Маршалл (1890 р.) у праці «Принципи політичної економії» досліджував конкуренцію із огляду на ідеальну модель господарювання де ринкова ціна є результатом граничної корисності (ціни попиту) та граничних витрат (ціни пропозиції), які залежать від конкурентного людського капіталу. Недоліком даного твердження є те, що А. Маршалл при розгляді людського капіталу не враховує інноваційних процесів та новітніх технологій як факторів організації конкурентоспроможної праці.

На переломі XIX та XX століть погляди вчених-економістів на конкурентоспроможність підприємств змінилися через неможливість обґрунтування процесів розвитку конкурентного середовища та пошуку об'єктивної необхідності формування нових моделей формування конкурентного середовища.

У своїй праці Дж. Робінсон «Економічна теорія недосконалої конкуренції» (1933 р.) сформулював теорію недосконалої конкуренції через вплив монополізму на ціну, як стимул, на співвідношення попиту та пропозиції [14], водночас, виокремивши нові форми монополії (чиста монополія, олігополія, монопсонія).

Тоді як, Е. Чемберлін у праці «Теорія монополістичної конкуренції і реорієнтація теорії вартості» (1933 р.) розкрив шляхи диференціації продукту у процесі монопольної політики

чим визначив характер монопольного ціноутворення та зазначив, що «... нецінова конкуренція впливає з різноманітності продукції і різниці у витратах обігу... конкуренція якості товарів може стримувати конкуренцію цін... якість – це додаткова рушійна сила ринку...» [15] чим обґрунтував організаційні умови розвитку ринкової монополії але не враховує економічних аспекти конкурентного процесу.

Відомий вчений-економіст цього ж періоду Й. Шумпетер у праці «Теорія економічного розвитку» (1912 р.) розглядав конкурентоспроможність з огляду на інноваційність продукту вважаючи, що «... будь-яка успішна інновація веде до монополії, а будь-яка монополія сприяє інновації.» [16, с. 147], ефективну конкуренцію представляє підприємець-новатор. Необхідно зазначити, що таке твердження є характерним для великих підприємств, які мають можливість запроваджувати інноваційні технології.

Дане дослідження було б не повним без розгляду «соціальної теорії розподілу» запропонованої вітчизняним вченим-економістом М. Туган-Барановським який зміну конкурентоспроможності пов'язував із економічним фактором (суспільною працею) та соціальним фактором (соціальна сила робочого класу) та зазначав, що прибуток залежить від рівня зацікавленості працівника у його отриманні. Дане твердження розкриває соціальні сторони конкурентоспроможності підприємства

У процесі інтенсивного розвитку економіки упродовж XX століття виникла потреба перегляду економічних поглядів щодо конкуренції підприємств. Яскравим представником цього періоду став М. Портер, який розробив теорію конкурентних переваг зазначивши, що конкурентна перевага будь-якого підприємства наділена комплексом конкурентних переваг які можна економічно обґрунтувати та виміряти за допомогою таких економічних показників як: ринкова частка, рентабельність, прибуток, рівень витрат, об'єм продажів, клієнтопотік [17, с. 35-37]. Однак, М. Портер не передбачає перспектив власної конкурентоспроможності.

На початку XXI століття вчені-економісти зміщують попередньо сформовані догми щодо конкурентоспроможності на користь інтелекту – теорії інтелектуального лідерства. Основоположниками даної теорії стали Г. Хамел і К. К. Прахалад, які у своїх працях «Революція в бізнесі» (2001 р.), «Конкуруючи за майбутнє. Створення ринків завтрашнього дня» (2002 р.), а також «Майбутнє конкуренції: творення унікальної цінності спільно з клієнтами» (2005 р.) розкрили розуміння конкурентного середовища з точки зору стратегічного підходу як майбутнього становища інтелектуального лідера

[18]. Вони вважають, лише ті підприємства які зможуть приймати нестандартні рішення, співпрацювати з іншими підприємствами та оновлювати свої інвестиційні потоки будуть конкурентоспроможними. Тобто, будуть формувати споживчі потреби.

Не менш актуальною є позиція вченого-економіста А. Сливогоцького який вважав, що «... технології, що не спираються на ефективні ділові моделі, вже не є життєздатним підходом до забезпечення приросту капіталу...» [19, с. 35] і, як наслідок, не зможуть використовувати ефективні ділові моделі.

Отже, дослідження конкурентоспроможності підприємства вченими-економістами мали систематичний характер та враховували зміни поглядів які трансформувалися під впливом факторів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища.

На нашу думку, «теорія інтелектуального лідерства» у поєднанні із «теорією вартості» дасть більш глибоке розуміння конкурентоспроможності підприємства так як доповнять одна одну.

Необхідно зазначити, що авторські трактування конкурентоспроможності підприємства через певну подібність мають й суттєву розбіжність, що пов'язано із розумінням конкурентного статусу підприємства та його отождолення із рівнем конкурентної продукції у середовищі якому воно знаходиться й, у свою чергу, пов'язане із ресурсним потенціалом підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Загалом, можна зробити наступні висновки щодо розуміння конкурентоспроможності підприємства: конкурентоспроможність розглядається з точки зору різних підходів (від фізичної боротьби до особистих прагнень, фінансових

можливостей, системних оцінок); конкурентоспроможність є ринковим середовищем та враховує соціально-економічні аспекти розвитку суспільства; конкурентоспроможність не може не враховувати нормативно-правову базу середовища в якому знаходиться.

Необхідно зазначити, що конкурентоспроможність підприємства напряму пов'язана із економічним об'єктом який аналізується, та від галузі в якій воно знаходиться.

Отже, конкурентоспроможність підприємства, на нашу думку, це здатність підприємства використовувати ресурсний потенціал в межах існуючого законодавства з максимальним ефектом щодо залучення інвестицій та потенційних споживачів із розумінням наявної соціальної складової з метою реалізації стратегічних цілей суб'єкта господарювання на принципах системного та комплексного підходу у напрямі максимізації прибутку. Водночас, величиною виміру конкурентоспроможності підприємства повинно бути застосування фінансово-економічних параметрів за матеріалами статистичної та бухгалтерської звітності суб'єкту господарювання, що покажуть ефективність використання наявних ресурсів та їх нагромадження в аналізованому періоді з врахуванням наявних можливостей (технічних, інтелектуальних, економічних та ін.). Саме тому необхідно враховувати ринкові подразники та стимули, що, в свою чергу, сприятиме врегулюванню інтересів учасників конкурентної боротьби.

У подальших дослідженнях конкурентоспроможності підприємства необхідно робити акценти на механізми дії конкурентоспроможності під кутом наукового системного та практичного вчення із врахуванням процесів трудової міграції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Список використаних джерел:

1. Економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства : [монографія] / Я. Д. Качмарик, П. О. Куцик, Р. Л. Лупак. Львів : Літературна агенція «Піраміда», 2012. 208 с.
2. Ахматова М. Теоретические модели конкурентоспособности / М. Ахматова, Е. Попов // Маркетинг. 2003. № 4 (71). С. 25-38.
3. Блонська В. І. Конкурентоспроможність підприємства – основний чинник розвитку конкурентоспроможності економіки / В. І. Блонська, Р. Л. Лупак // Науковий вісник НЛТУУ: Збірник науково-технічних праць. Вип. 16.1. Львів: НЛТУ України, 2006. С. 345-350.
4. Войнаренко М. Економічна конкурентоспроможність та інвестиційна привабливість України / М. Войнаренко, О. Фурманюк // Економіст. 2006. № 12. С. 25-28.
5. Лихолат С. М. Монополізм та конкуренція як форми прояву інфраструктури ринку / С.М. Лихолат // Вісник ЛКА. Сер. екон. Вип. 19. – Зб. наук. праць: за підсумками Міжн. наук.-практ. конференції «Структурна перебудова та інвестиційно-інноваційний розвиток торгівлі». Львів, 2005. С. 203-207.
6. Лихолат С. М. Історико-аналітичний аналіз розвитку конкурентних відносин в інфраструктурних галузях ринкової економіки / С.М. Лихолат // Наук. вісник ЛьвДУВС. Серія економічна. Збірник наукових праць / Головний редактор Р.І. Тринько. Львів, 2006. Випуск 1 (3). С. 72-78.
7. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення: [монографія] / В.А. Павлова. Д.: ДУЕП, 2006. 276 с.

8. Трут О. О. Аналіз та оцінка конкурентоспроможності підприємства / О. О. Трут // Вісник ЛКА: Збірник наукових праць. Серія економічна. Вип. 8. Львів: ЛКА, 2001. С. 80-82.
9. Тупчій Ю. І. Конкурентоспроможність підприємств торгівлі: фактори, що її визначають / Ю. І. Тупчій // Регіональні перспективи: науково-практичний журнал. 2003. № 4-5. С. 74-76.
10. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / [Клименко С. М., Барабась Д. О., Омеляненко Т. В., Дуброва О. С., Вакуленко А. В.]. К.: КНЕУ, 2006. 527 с.
11. Юхименко П. І. Історія економічних учень: навч. посіб. [3-тє вид., випр.] / П. І. Юхименко, П. М. Леоненко. К.: Знання Прес, 2002. 514 с.
12. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. / Смит А. М.: Соц. экнц., 1962. 684 с.
13. Корнійчук Л. Я. Історія економічних учень: підруч. / Л. Я. Корнійчук, Н. О. Титаренко, А. М. Поручник; за ред. Л. Я. Корнійчук, Н. О. Титаренко. К.: КНЕУ, 1999. 564 с.
14. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции / Дж. Робинсон. М.: Прогресс. 1986. 471 с.
15. Чеберлин Э. Теория монополистической конкуренции: реориентация теории стоимости / Э. Чеберлин. М., 1996. 215 с.
16. Шумпетер Й. А. Капитализм, социализм и демократия / Й. А. Шумпетер; пер. с англ. В. С. Автономова. М.: Экономика, 1995. 540 с.
17. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.
18. Прахалад, К. К. Майбутнє конкуренції : творення унікальної цінності спільно з клієнтами / пер. з англ. М. Ставицького. К. : Вид-во Олексія Капусти, 2005. 244 с.
19. Сливоцький А. Міграція капіталу як у замислах на кілька років випередити своїх конкурентів / А. Сливоцький; пер. з англ. К.: Пульсари, 2001. 296 с.

Skupeyko V.V.

EVOLUTION OF THE CONCEPTS OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS

Theoretical approaches to the formation of the term "competitiveness" have been considered. In modern management, this term is regarded as a key one, because change management in a competitive environment is characterized by a certain level of business entities development and a corresponding level of the competitive environment. An evolutionary analysis of the term "competitiveness" have been carried out. Despite numerous scientific investigations, the term still requires a deeper analysis due to its evolving nature and cyclical patterns of economic and political processes. Similarly, its interpretations, as well as the analysis in accordance with a chosen economic object, have to be understood during the research. The causes of transformation of the term "competitiveness" have been revealed. The author has described a relationship between competitiveness and a social component of profit. This social component plays a significant role in attaining strategic goals of a firm based on the principles of a complex approach in order to maximize profit. Results of defining the term "competitiveness" have been summarized. The author has presented his own definition. The relationships between the term and the "theory of intellectual leadership" as well as the "theory of value" have been revealed. Having explored different theories, the author has determined that their wise combination will assist in better understanding of the enterprise competitiveness. Further directions for researching the term "competitiveness" have been offered. The author notes that the competitiveness should be measured in terms of financial and economic parameters on the basis of statistical and accounting reports. That data have to reflect the efficiency of the resource use and accumulation over a chosen period, taking into account actual perspectives (technological, intellectual, economic, etc.). That is why, market incentives and stimuli should be considered in order to assort the interests of competitors.

Key words: competitiveness, competition, competitive environment, competitive status, competitive position, intellectual leadership, competitive labor, competitive goods.

Смерічевська С.В.доктор економічних наук, професор,
професор кафедри логістики

Національного авіаційного університету, м. Київ

**МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

У статті систематизовано та проаналізовано теорії та парадигми регіонального розвитку та визначено можливості оптимального розвитку національної економіки в умовах глобалізації, адже функціонування ринкової системи супроводжується кризовими явищами і вимагає глибокого наукового вивчення сучасної економічної теорії і практики виходу з кризи із застосуванням новітніх концепцій економічного розвитку. Проведено дослідження процесу формування і розвитку теорії економічного простору, розглянуто основні наукові школи і погляди провідних науковців на проблему просторового розвитку, здійснено оцінку внеску кожного з них в удосконалення процесів моделювання економічного простору й оформлення теорії економічного простору. Доведено, що відсутність єдиного підходу до основ теорії економічного простору не дозволяє приступити до розв'язку низки практичних проблем системного формування єдиного економічного простору країни і такі проблеми ставлять безліч питань прикладного характеру, на які економічна теорія не завжди може дати однозначну відповідь. Отримані результати дали можливість визначити необхідні методологічні основи удосконалення регіонального розвитку, зробити акцент на найбільш впливових напрямках в теорії розвитку національної економіки, обґрунтувати концептуалізацію оптимальної моделі розвитку національної економіки в умовах глобалізації.

Ключові слова: економічний простір, просторовий розвиток, моделі розміщення, локалізація, штандортні теорії, кластери, геополітика.

В статье проанализированы и систематизированы различные теории и парадигмы регионального развития и определены возможности оптимального развития национальной экономики в условиях глобализации, когда функционирование рыночной системы сопровождается кризисными явлениями и требует глубокого научного изучения современной экономической теории и практики выхода из кризиса с применением новейших концепций экономического развития. Проведено исследование процесса формирования и развития теории экономического пространства, рассмотрены основные научные школы и взгляды ведущих ученых на проблему пространственного развития, осуществлена оценка вклада каждого из них в совершенствование процессов моделирования экономического пространства и оформления теории экономического пространства. Доказано, что отсутствие единого подхода к основам теории экономического пространства не позволяет приступить к решению ряда практических проблем системного формирования единого экономического пространства страны и, как результат, возникает множество вопросов прикладного характера, на которые экономическая теория не всегда может дать однозначный ответ. Полученные результаты позволили определить необходимые методологические основы совершенствования регионального развития, сделать акцент на наиболее влиятельных направлениях в теории развития национальной экономики, обосновать концептуализацию оптимальной модели развития национальной экономики в условиях глобализации.

Ключевые слова: экономическое пространство, пространственное развитие, модели размещения, локализация, штандортни теории, кластеры, геополитика.

Постановка проблеми. Причина, по якій одні країни завжди йдуть попереду, а інші вічно відстають, полягає, перш за все, в мотивації. Крім того, для швидкого розвитку країни в певний час і певному місці потрібна концентрація природних ресурсів, людського капіталу та управлінського потенціалу. Сучасні економічні процеси, що відбуваються в Україні і світі, вимагають ефективної гнучкої державної політики, спроможної забезпечити оперативність процесам інтеграції у світовий економічний простір та усунути негативні впливи на динаміку розвитку національної економіки в результаті

її реформування та запровадити принципово нові підходи до вирішення проблем розвитку економічних процесів в умовах глобалізації. Новий погляд на цю проблему може дати теорія економічного простору, що на сьогодні доволі детально представлена в дослідженнях як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Особливої уваги заслуговує регіональна складова як елемент цілісної системи зі своїми особливостями, виконуваними функціями і впливами на результуючий вектор розвитку єдиного економічного простору країни. Досліджуючи результати наукових розробок вітчиз-

няних і зарубіжних вчених, необхідно відзначити, що наявні теоретичні положення, а також методологія формування поляризованого простору в національній економіці на сучасному етапі не враховують особливостей розвитку структури економіки регіонів та низьку якість їхнього економічного розвитку. Актуальність, дискусійність і нерозробленість теоретико-методологічних положень поляризованого розвитку території, їх висока практична значущість для розвитку економіки в умовах глобалізації зумовили вибір теми даного дослідження, так як теорія економічного простору, вивчення її зародження і процесу розвитку дає новий ракурс для осмислення трансформацій, що відбуваються в країні та світі, а постановка питання про формування поляризованого простору в національній економіці взагалі є малодослідженою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання розвитку теорії економічного простору розглядаються, зокрема, в роботах О. А. Біякова, М. П. Бутка, В. М. Василенка, О. В. Горчакової, О. Г. Гранберга, Б. М. Данилишина, Д. В. Клинового, І. О. Кучіна, Т. В. Пеппи, В. В. Радаєва, Ф. М. Рянського, М. І. Фашевського, Л. Г. Чернюк О. В. Мініна та інших, що свідчить про наявність спроб удосконалення основних положень теорії економічного простору, їхньої деталізації, виділення окремих наукових підходів.

Мета статті полягає в дослідженні імперативів ефективного розвитку локально-просторової системи з врахуванням її ресурсного потенціалу, визначення можливих шляхів його реалізації в цілях розвитку регіонального економічного простору і забезпечення стратегічних орієнтирів і цілей соціально-економічного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Слід зазначити, що в світлі загострення інтересу науковців до проблем моделювання економічного простору і просторового розвитку країн та регіонів, існуючі теоретичні напрацювання бачаться нами як недостатньо систематизовані, що унеможливує остаточне формування цілісної теорії. Першим кроком у цьому напрямку має бути глибоке наукове дослідження історії виникнення та подальшого розвитку методологічних засад просторової організації національної економіки в умовах глобалізації. Розвиток і зміцнення єдиного економічного простору роблять актуальною проблему розробки просторових характеристик для національної економіки на основі ознак, систематизація яких дозволяє виділити окрему їх групу, що має низьку якість економічного простору в зв'язку з просторістю території і

слабкою економічною освоєністю важкодоступних і малонаселених територій, які мають значний ресурсний та виробничий потенціал, а підвищення ефективності їх розвитку має стратегічне значення для національної економіки.

Основним завданням даної праці є дослідити генезу теорії економічного простору та застосувати методологію поляризованого простору до виділених специфічних рис сучасного етапу трансформацій економічного простору, використовуючи діалектичний метод пізнання, системний підхід, фундаментальні положення економічної теорії та методологію поляризованого простору.

У світовій економічній практиці досить широко використовується досвід формування просторових полюсів економічного зростання, що дозволяє більш ефективно використовувати ресурсну базу регіонів, забезпечувати реальне зростання інноваційної продукції і т. д. В Україні, вирішення питань, пов'язаних з поляризацією розвитку економіки, знаходиться на стадії розробки пропозицій в стратегічні державні документи. Й. Тюнен почав аналізувати простір як економічне явище і був першим, хто використав для дослідження цього явища просторові методи аналізу. Відомий історик економічної думки М. Блауг вважає Й. Тюнена «батьком економічної теорії використання простору» [1-3]. О.Є. Бавико узагальнив поширену думку стосовно того, що дослідження економічного простору є сучасним етапом розвитку просторової економіки, теоретичні підвалини якої були закладені у роботах, присвячених визначенню закономірностей територіального розміщення виробництва [4]. В теорії розміщення виробництва економіка вперше почала розглядатися не як «точкова», а як «просторова» категорія. В узагальненому вигляді перша цілісна класична теорія розміщення промислового виробництва була розроблена німецьким економістом і соціологом А. Вебером (1868-1958) і представлена в його роботах «Про штандорти в індустрії» і «Теорія розміщення промисловості» (1909) [5]. В них ідеться про критерій оптимального розміщення, що полягає в мінімізації сумарних витрат виробництва і збуту. А. Льош розширив предмет теорії розміщення, перейшовши від мікрорівня до проблеми формування економічних регіонів, розробив принципові основи просторової економічної рівноваги. Регіональний економічний простір розглядається ним як ринок з кордонами, зумовленими міжрегіональною конкуренцією [6; 7]. Теорія економічного простору в наукових роботах У. Айзарда [8] одержує новий, об'ємний вимір, де автор у своїх численних працях адаптує методи макроеконо-

міки до дослідження регіонів і міжрегіональних зв'язків, розробляє моделі просторової рівноваги та формування промислового комплексу, досліджує конфлікти в регіональних системах і просувається багатьма іншими науковими напрямками. Мета його аналізу – виявлення просторових взаємозв'язків не лише між окремими особами та їх діяльністю, а й між людьми та географічним середовищем. Теорія «дифузії нововведень» Т. Хегерстранда є науковою спробою довести неминучість притаманних ринковій економіці територіальних диспропорцій, які виникають унаслідок дії закону нерівномірності економічного розвитку. Застосування теорії поширення нововведень Т. Хегерстранда дає можливість просторового аналізу процесів політичних і соціально-економічних змін у країні або конкретному регіоні, абсолютно нового погляду на процеси урбанізації та міграції населення, міжнаціональні конфлікти, проблеми кордонів та прикордонних територій [7]. Представник британської школи Х. Річардсон запропонував модель генеруючого розвитку, згідно з якою основним стимулом розвитку економіки держави є економічне зростання та співпраця регіонів. Основним чинником, що сприяє поглибленню відмінностей у рівнях економічного розвитку різних регіонів, дослідник вважав привабливість для розміщення нових підприємств великих міських агломерацій, де можна отримати економію на виробничих та трансакційних витратах.

Конкурентні переваги економічно слабо-розвинених регіонів (передусім, дешева праця), згідно з Г. Мюрдалем, виявляються недостатніми для компенсації цих агломераційних переваг. Отже, Г. Мюрдаль вважав, що «безперервне зростання в одному регіоні відбувається за рахунок інших регіонів», і лише за умови успішного державного та регіонального управління можливим є зближення рівнів розвитку регіонів держави [9]. Використання теорії кумулятивної причинності дозволяє зробити висновок, що процеси погіршення економічного розвитку регіону є кумулятивним ефектом невдалого господарювання суб'єктів регіональних органів влади і, як наслідок, бідності населення, соціальної нерівності, дискримінації, перетікання діяльності суб'єктів господарювання з легальних сфер діяльності в нелегальні або в інші регіони. На думку Г. Мюрдаля, інституційні фактори відіграють вагоме значення у формуванні ефективного ринкового середовища регіону, стимулюючи тим самим економічний саморозвиток суб'єктів господарювання.

А. Хіршман доходить висновку, що просторове зростання економіки в країні відбувається нерівномірно, в результаті чого рівні економіч-

ного розвитку територій тільки зближуються, але не вирівнюються [10].

Значний внесок у теорію економічного простору здійснив Е. Гувер. Він приділяв увагу оптимальному розміщенню приватних підприємств і їх впливу на економіку проблемних регіонів, що стимулює зростання виробництва та покращує структуру господарства. Роботи Е. Гувера присвячені дослідженню проблем концентрації економічного простору навколо великих міст. Згідно з Е. Гувером, економічний простір навколо великих промислових і фінансових центрів деформується і набуває особливих властивостей, які сприяють економічному зростанню в регіоні [11].

На фоні інтенсивного розвитку західних концепцій не можна не зазначити внесок радянських науковців у теорію економічного простору. Роботи радянської школи вирішували завдання підвищення економічної ефективності суспільного виробництва не тільки за рахунок мобілізації резервів промислового потенціалу, а й використання прогресивних форм територіального розміщення виробництва. Була усвідомлена виняткова значущість виробничого принципу під час формування територіальної структури держави, створенні схеми адміністративного та економічного поділу країни. У теоретичних витоків цих процесів стояли видатні російські вчені М. М. Баранський, М. М. Некрасов, А. Ю. Пробст, М. М. Колосовський, Ю. Г. Саушкін та ін.

Особлива заслуга в формуванні територіальних виробничих комплексів (ТБК) належить М. М. Колосовському. В основу теорії ТБК ним покладено технологію енерговиробничих циклів, кожен з яких являє собою типову, стійку сукупність виробничих процесів, що виникають взаємообумовлено навколо основного процесу для цього виду енергії і сировини [12]. Метод енерговиробничих циклів став основним для економіко-географічної характеристики районів і дав змогу чіткіше з'ясувати структуру господарства та виробничі зв'язки всередині районів.

Ю. Г. Саушкін також розглядав енерговиробничі цикли як матеріально-технічну основу районних територіально-виробничих комплексів. У процесі дослідження за допомогою цього методу він виділяє конкретні системи поєднання виробничих процесів окремих регіонів, аналізує їхню структуру і зв'язки, що становить особливу цінність для територіального планування [13].

Відмінність радянської економічної школи РПС полягала у вирішенні завдань розміщення з точки зору мінімізації сукупних витрат на протидію західних, що особливу увагу приді-

ляли впливу ринку на розміщення. Крім того, основний об'єкт дослідження вчених західної школи – окреме підприємство, кардинальним же напрямком розвитку радянської школи було вивчення закономірностей розміщення продуктивних сил країни як єдиного комплексу, націленого на вирішення народногосподарських завдань. Такий підхід здійснив величезний вплив на просторовий розвиток країни, що до теперішнього часу визначає систему розміщення виробництва і розселення в державах колишнього СРСР [14].

Проблемам геопросторового розвитку присвятили праці такі науковці, як Е. Б. Алаєв, В. Б. Сочава, О. Г. Топчієв, Б. С. Хорєв, П. Хагет та ін.

Наукові праці, пов'язані з теорією економічного простору свідчать про те, що до теперішнього часу склалося декілька напрямів розвитку методологічних аспектів цієї теорії. Однак поки що не вироблені єдині концептуальні основи, які б дали змогу інтегрувати вже розроблені елементи теорії економічного простору в цілісну логічну систему.

Доповнюючи і розвиваючи наявні наукові розробки в частині ефективності розвитку регіону і з огляду на те, що економічним простором є лише економічно організована територія, необхідно відзначити факт нерівномірного розосередження продуктивних сил всередині регіону, який визначив низьку ефективність територіальної організації, і обґрунтував необхідність введення поняття «розріджений економічний простір». В ході дослідження виділено основні ознаки розрідженого економічного простору: низька щільність насичення економічного простору інвестиціями, об'єктами виробничої і соціальної інфраструктури, сучасними комунікаціями, робочою силою і т. д. і зазначено, що в ряді випадків дані параметри мають надзвичайно низькі значення і не дозволяють економіці регіону розвиватися ефективно.

Розріджений економічний простір – це територія, організована в економічних відносинах таким чином, що в ній мають місце великі неосвоєні території простору, вогнищевий тип розвитку промислового комплексу, відсутня економічно ефективна концентрація виробництва, викликана надзвичайно низькою щільністю населення, і елементи виробничої і соціальної інфраструктури, необхідні для формування поляризованого простору в економіці регіону [15]. Тому пропонується досліджувати економічний стан в регіонах за основними характеристиками розрідженості економічного простору. Стратегія активного міжрегіонального гео економічного розвитку включає широкий спектр організаційних заходів різного рівня

і порядку. Гео економічна основа об'єднання територій полягає у виборі оптимальної моделі їх господарського розвитку, яка враховувала б величезні простори з великою розрідженістю культурних урбанізованих центрів, значною протяжністю комунікацій, високим ступенем інфраструктурних витрат, уповільненими ринковими операціями.

В сучасних умовах назріла необхідність створення економічних округів, що, може стати тим дієвим організаційним механізмом, який дозволить на системній і комплексній основі сформувати нові високоефективні міжрегіональні господарські об'єднання. Методичною основою формування економічних округів повинні виступати спеціально структуровані регіон-системи, що дозволяють визначати і реалізовувати міжрегіональні та міжнародні стратегії розвитку територій. Головна мета створення і функціонування таких регіон-систем полягає в існуючому зростанні капіталізації господарства регіонів, тобто в збільшенні стратегічного капіталу. На першому етапі організації міжрегіональних економічних округів могли б здійснюватися такі заходи:

- виявлення зацікавленості конкретних регіонів в господарському об'єднанні з урахуванням географічних і галузевих особливостей їх розвитку;
- виділення пріоритетних пакетів інвестиційних проектів і програм;
- розробка програми сприяння взаємодії державних органів і приватного бізнесу;
- впровадження необхідних фінансових інструментів для міжрегіонального розвитку;
- вироблення загальної технічної політики;
- уніфікація зовнішньоекономічних процедур;
- інформатизація бізнес-процесів;
- підготовка управлінських і професійних кадрів.

Ця господарська координація і кооперація в результаті посилить інвестиційну привабливість регіонів, в тому числі і для іноземних інвестицій, дозволить сконцентрувати внутрішні резерви і власні засоби для їх раціонального використання та реалізації найбільш перспективних інноваційних проектів, оптимізувати використання як природного і ресурсної бази регіону, так і виробничого потенціалу, включаючи трудові ресурси, створити ефективну інженерну інфраструктуру і т.д. Спільне використання матеріальних, фінансових і трудових ресурсів дозволить, концентруючи їх на пріоритетних напрямках, оперативно впливати на ефективність розвитку господарства і зниження рівня омертвіння регіональних капіталів. Активна господарська інтеграція регіонів дозволить не тільки об'єднати зусилля для успішного вирі-

шення цілого ряду міжрегіональних проблем соціального та промислово-торгового розвитку територій країни, а й підняти на новий щабель зовнішньоекономічне співробітництво з прилеглими країнами.

Господарське об'єднання і активізація зовнішніх та внутрішніх зв'язків регіонів ведуть до формування великих міжрегіональних господарських центрів всередині локального гео-економічного національного простору.

Подальше розширення зовнішньоекономічних і міжрегіональних зв'язків, потрапляє в сферу тяжіння економічних округів, веде до утворення макрорегіонів, а поширення впливу їх економічних інфраструктур – до полірегіонального розвитку національної економіки, орієнтованої на міжнародне економічне співробітництво країни [16]. Концептуально така зміна означає виявлення реального просторового каркаса розвитку країни, включаючи вузли випереджаючого зростання і зв'язку між ними, в глобальному економічному контексті; планування напрямів випереджаючого розвитку цих вузлів і зв'язків; розробку і здійснення проектів такого випереджаючого розвитку, здатних залучити в свою орбіту і депресивні території. У загальному вигляді це може бути описано як розробка єдиної схеми просторового розвитку країни в поєднанні з інструментами бізнес-активності, множення соціального капіталу та централізованого державного втручання в стихійний процес реструктурування простору. Зміна парадигми просторового розвитку передбачає перш за все коригування понятійного апарату: «просторовий розвиток»

замість «територіальне планування», «єдина схема просторового розвитку» замість «єдина схема територіального планування».

Висновки. Виявлення проблем і протиріч у соціально-економічному розвитку національної економіки з низькою якістю економічного простору в умовах існуючої парадигми просторового розвитку зумовлює необхідність проведення в регіонах даного типу просторових трансформацій у сфері економіки та визначає актуальність і значимість залучення нетрадиційних можливостей формування поляризованого простору, а критерієм ефективності цих трансформацій повинно стати забезпечення оптимального використання наявних ресурсів з максимально можливими темпами економічного зростання. Проведені в країні організаційно-економічні перетворення господарства і посилення ролі та самостійності регіонів у всіх сферах життя дозволять в перспективі провести необхідне реформування і реструктуризацію господарства і вивести економіку більшості економічних суб'єктів на рівень саморозвитку, самодостатності і самозабезпеченості, але для цього необхідна зміна існуючої нормативно-правової бази господарювання економічних суб'єктів.

Подальші дослідження будуть спрямовані на розроблення поляризованого простору, адаптованого до сучасних реалій України, включно з типізацією полюсів розвитку за основними чинниками та механізмами формування, їх ролі у процесах територіальної організації суспільства та на розробку об'єктної моделі інноваційного розвитку національної економіки в умовах глобалізації.

Список використаних джерел:

1. Блауг М. 100 великих економістів до Кейнса / М. Блауг. – М. : Економіческая школа, 2005. 704 с.
2. Пепа Т. В. Регіональна динаміка і трансформація економічного простору України / Т. В. Пепа. – Черкаси : Брама-Україна, 2006. 440 с.
3. Пепа Т. В. Територіальна структуризація економічного простору та оптимізація його розбудови / Т. В. Пепа // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. – Рівне, 2009. № 1. С. 250-258.
4. Бавико О. Є. Концептуальні підходи до визначення дефініції регіонального економічного простору / О. Є. Бавико // Ефективна економіка. 2012. № 4. URL: <http://www.economy.ayka.com.ua>.
5. Вебер А. О теории размещении промышленности. Т. 1. Чистая теория размещения / А. Вебер. – М., 1909.
6. Бияков О. А. Теория экономического пространства: методологический и региональный аспекты / О. А. Бияков. – Томск : Изд-во Томск. ун-та, 2004. 151 с.
7. Мініна О. В. Теорія економічного простору: основні підходи до визначення / О. В. Мініна // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Хмельницький, 2012. № 6, т. 1. С. 237-241.
8. Айзард У. Методы регионального анализа: введение в науку о регионах / У. Айзард. – М. : Прогресс, 1966.
9. Myrdal G. Economic theory and under-developed regions / G. Myrdal. – N.Y.: Harper & Row, 1957. P. 34.
10. Різник Н. С. Обґрунтування теорій розвитку продуктивних сил та економічної злочинності при формуванні парадигми регіонального менеджменту детінізації економіки / Н. С. Різник // Економічний форум. – Луцьк, 2012. № 1. С. 243-254.

11. Бистряков І. К. Економічний простір: аспекти методологічного визначення / І. К. Бистряков, Л. Г. Чернюк; за заг. ред. Б. М. Данилишина. – К.: РВПС України НАН України, 2006. 56 с.
12. Колосовский Н. Н. Основы экономического районирования / Н. Н. Колосовский. – М., 1958. 140 с.
13. Саушкин Ю. Г. Энергопроизводственные циклы / Ю. Г. Саушкин // Вестн. Москов. ун-та геогр. 1967. № 4. С. 67.
14. Бутко М. П., Мініна О. В. Ефективність використання нетрадиційних можливостей регіонального економічного простору в умовах поглиблення інтеграції: монографія / М. П. Бутко, О. В. Мініна. – Ніжин : ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2013. 344 с.
15. Batten D. Complex landscapes of spatial interaction / D. Batten // The Annals of Regional Science. 2001. V. 35.
16. Bergman E., Feser E. Industrial and Regional Clusters: Concepts and Comparative Applies/ E. Bergman, E. Feser/ URL: <http://www.rri.wvu.edu/WebBook/Bergman-Feser/chapter1.htm>.

Smerichivska S.V.

METHODOLOGICAL BASIS OF SPACE ORGANIZATION OF THE NATIONAL ECONOMY IN CONDITIONS OF GLOBALIZATION

The article analyzes the theories and paradigms of regional development and determines the possibilities of optimal development of the national economy in the conditions of globalization, since the functioning of the market system is accompanied by crisis phenomena and requires a deep scientific study of modern economic theory and practice of the crisis with the use of the latest concepts of economic development. The study of the process of formation and development of the theory of economic space, the main scientific schools and the views of leading scientists on the spatial development problem are considered, the contribution of each of them to the improvement of the simulation processes of the economic space and the design of the theory of economic space has been made. It is proved that the lack of a unified approach to the principles of the theory of economic space does not allow to begin to solve a number of practical problems of systemic formation of a single economic space of the country, and such problems raise a lot of questions of an applied nature, on which economic theory may not always give an unambiguous answer. Such issues are of course theoretical interest, but the main thing – the answers to them can contribute to the formation of an effective competitive national economy. *The aim is* to investigate the imperatives of the effective development of the locally-spatial system, taking into account its resource potential, identifying possible ways of its realization for the purpose of development of the regional economic space and providing strategic orientations and goals of socio-economic development. *The main task of the study* was the formation on this basis of anti-crisis measures for the development of the national economy in a globalized world. *The subject of the study* is theoretical positions and methodology for the formation of a polarized space with a low quality of economic space. *The methodological basis* of this research is the dialectical method of cognition, the systematic approach, the fundamental positions of economic theory and the theory of polarized space. *The obtained results* allowed to determine the necessary methodological bases for improving regional development, to emphasize the most influential trends in the theory of development of the national economy, to substantiate the conceptualization of the optimal model of development of the national economy in the conditions of globalization.

Key words: economic space, spatial development, host models, localization, shtandortnye theory, clusters, geopolitics.

Наукове видання

ПРОБЛЕМИ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ В ЕКОНОМІЦІ

Збірник наукових праць

Випуск 3(65)

Частина 1

Технічне редагування *А. А. Радченко*

Опубліковано в авторській редакції

Формат 60x84/8. Гарнітура ZurichCyrillic BT.
Папір офсет. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 13,18. Ум. друк. арк. 16,74.
Замов. № 0818/102. Наклад 100 прим.

Видавничий дім «Гельветика»
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4392 від 20.08.2012 р.