

# Економіка підприємства та управління виробництвом

JEL Classification: M31, F12

УДК 658.8

## ПОШУК НОВИХ ВЕКТОРІВ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗИ

**Мних О. Б.**

**Анотація.** Визначено особливості управління розвитком на підприємствах транспортного машинобудування України для послаблення негативного впливу критичних ресурсів в умовах кризи. Надано характеристику трендів розвитку транспортного машинобудування, виокремлено фактори, що впливають на збиткову діяльність вітчизняних автомобільних компаній акціонерного типу. Дано якісну і кількісну оцінку побудованих регресійних моделей, що відображають фінансово-економічні показники діяльності публічного акціонерного товариства «Запорізький автомобільний завод». Доведено необхідність активізації участі держави і приватного капіталу в інноваційному розвитку автомобільних компаній і машинобудування.

**Ключові слова:** конкуренція, маркетинг, ринок, розвиток, управління змінами, стратегічне мислення, інновації, транспортне машинобудування, криза.

## ПОИСК НОВЫХ ВЕКТОРОВ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА ДЛЯ УКРАИНСКИХ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

**Мных О. Б.**

**Аннотация.** Определены особенности управления развитием на предприятиях транспортного машиностроения Украины для ослабления негативного влияния критических ресурсов в условиях кризиса. Проведена характеристика трендов развития транспортного машиностроения, выделены факторы, влияющие на убыточную деятельность отечественных автомобильных компаний акционерного типа. Даны качественная и количественная оценки построенных регрессионных моделей, отражающих финансово-экономические показатели деятельности публичного акционерного общества «Запорожский автомобильный завод». Доказана необходимость активизации участия государства и частного капитала в инновационном развитии автомобильных компаний и машиностроения.

**Ключевые слова:** конкуренция, маркетинг, рынок, развитие, управление изменениями, стратегическое мышление, инновации, транспортное машиностроение, кризис.

## SEARCHING NEW VECTORS OF DEVELOPMENT FOR THE UKRAINIAN TRANSPORT ENGINEERING ENTERPRISES IN CRISIS CONDITIONS

**O. Mnykh**

**Abstract.** Features of management of the development of transport engineering enterprises in Ukraine, aimed to mitigate the negative impacts of critical resources in crisis conditions, have been determined. A characteristic of trends in development of transport engineering has been provided, the factors influencing the loss-making activities of domestic automobile companies of

© Мних О. Б., 2015

*the stock type have been allocated. Qualitative and quantitative estimates of the built regression models, reflecting the financial and economic performance indicators of the public joint-stock company «Zaporozhzhya automobile plant», have been given. The need to enhance the participation of both the State and private capital in the innovative development of automobile companies and transport engineering enterprises has been proved.*

**Keywords:** *competition, marketing, market, development, changes management, strategic thinking, innovations, transport engineering, crisis.*

За даними аналізу ВЕФ, ще у 2012 р. Україна остаточно перейшла до другої групи країн, економіки яких «орієнтовані на конкурентоспроможність (ефективність)». Проте конкурентні позиції країни на світових ринках і надалі залишаються низькими [1]. Так, у світових рейтингах, що відображають рівні економічного та суспільного розвитку, освіти і науки, Україна в 2014 р. не піднялася вище п'ятого десятку (за глобальним інноваційним індексом посіла 63 місце серед 143 країн, за індексом легкості ведення бізнесу – 112 місце серед 189 країн [2]. «Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 рр. в умовах глобалізаційних викликів», яку було ухвалено Постановою ВРУ від 21 жовтня 2010 р. № 2632-VI [3], так і не втілюється в практику господарювання в реальному секторі економіки і навіть такі стратегічні галузі, як транспортне машинобудування, перебувають на етапі глибокої економічної кризи і не готові до прийняття ризикованих рішень при розкручуванні інфляційної спіралі в Україні. Цілі інноваційного розвитку економіки країни відірвані від механізмів ресурсного забезпечення, а Закон України «Про державно-приватне партнерство», прийнятий ще у липні 2010 р., виявився недієвим через неготовність приватного фінансового капіталу виступати реальним партнером державних структур при фінансуванні інноваційних проектів зокрема і в транспортне машинобудування, яке на даному етапі розвитку більшою мірою спеціалізується на оптовій чи роздрібній торгівлі автомобілями і виконує функції складального типу на основі імпортних комплектуючих. Назрілі проблеми розвитку підприємств вітчизняного транспортного машинобудування потребують грамотного управління змінами, проведення системного фінансового і маркетингового аналізу та оцінки їх діяльності в умовах зростаючого тиску критичних ресурсів на конкурентні позиції товаровиробників.

Як свідчить світовий досвід, локомотивом економічного зростання і примноження вартості підприємств, у тому числі інноваційно активних, виступає ринок, проте він безсилий в усьому, що стосується системних реформ, спрямованих на якісний розвиток. У цьому аспекті важливого значення набувають підвищення практичної цінності маркетингу з урахуванням споживчих та соціальних пріоритетів при формуванні нерозривного ланцюга «наука – виробництво – ринок» і швидка комерціалізація інновацій завдяки розвитку відносин B2B, B2I, B2C [4], тобто процеси «творення вигід». Стратегічне мислення менеджменту та інформація про конкурентні ринки впливають на вибір векторів розвитку і способів трансформації ресурсів у напрямку «вхід-вихід» [5; 6].

Обмеженість ресурсів для розвитку виробництва в умовах поглиблення світової кризи, слабкий інвестиційний попит з боку потенційних клієнтів-споживачів, різні внутрішні і зовнішні збурення політичного і соціального характеру в економіці спричиняють потребу активного пошуку нових контурів бізнесу і методів розвитку інтеграційних процесів, виробничо-збутової та науково-дослідної кооперації на протидію агресивній конкуренції, а також макроекономічної координації фінансово-економічних та організаційних процесів через удосконалення інструментів ринкового механізму, суб'єктами й об'єктами якого виступають не тільки бізнес-структури, але й держава як ринковий агент [7; 8]. Для прикладу, в 2013 р. в Індії вийшов оновлений документ The Companies Act 2013, згідно з яким великі індійські компанії зобов'язані виділяти 2% від загальної виручки на корпоративну соціальну відповідальність. Збільшення розриву між економічними і соціальними цілями розвитку стає гальмом для відтворення виробництва на інноваційних засадах. Так, у Великобританії втрати внаслідок того, що бідні верстви населення не можуть покращити своє становище, оцінюються в 9% ВВП [9]. Тому стратегічні рішення товаровиробників повинні бути тісно пов'язані з процесами розвитку соціального та клієнтського капіталів і прогресивними методами управління матеріально-речовими та фінансовими потоками, а також з моделями управління змінами і знаннями для накопичення інтелектуального капіталу. Це відповідає сутності стратегічного мислення менеджменту на різних етапах здійснення структурно-функціональних змін у сфері виробництва, маркетингу і логістики [10; 11] та при вирішенні системних протиріч [12].

На даному етапі загострення конфлікту інтересів між акціонерами з їх різними правами на власність неефективними виявилися моделі управління корпораціями, де вагому роль у стимулюванні топ-менеджерів відігравало не покращення конкурентних позицій компанії, а темпи зростання ринкової вартості та капіталізації, проте їхня динаміка, як зазначає Асват Дамодаран, більшою мірою залежить не стільки від рішень на мікрорівні, скільки від ефективності ринків – як промислових, так і фінансових [13]. Тобто вирішення проблем управління компаніями та їхнім розвитком залежить від якості інституційного середовища, яке виступає, з одного боку, джерелом загроз при високій монополізації ринків і корумпованості інституцій,

а з іншого – створює шанси для певних ринкових агентів, залежно від вагомості їх політичного та фінансового капіталів у формуванні експортно-імпоротної політики, у виборі критеріїв ефективності інвестиційно-інноваційних пілотних проектів і в процесах перерозподілу ринків збуту та в забезпеченні контролю за фінансовими потоками.

Метою даної наукової роботи є визначення трендів для транспортного машинобудування і побудова регресійних моделей для автомобільних підприємств, характеристика особливостей управління розвитком для послаблення негативного впливу критичних ресурсів в умовах кризи і обґрунтування необхідності активізації діяльності держави і приватного капіталу в інноваційному розвитку підприємств.

На основі дослідження динамічних аспектів розвитку більше ніж 40 вітчизняних машинобудівних підприємств і причин зниження їхньої ринкової вартості, результати яких представлено у роботі [14], можемо стверджувати, що класична модель стратегії конкуренції, розроблена М. Портером (модель 5-ти сил конкуренції), і конфліктна парадигма маркетингу М. Тресі та Ф. Вірсема [15], у якій виключається можливість ділового партнерства, організації мережевих стосунків і компроміс цілей у процесі створення споживчої вартості, не можуть бути скопійовані для цілей їхнього практичного впровадження у вітчизняний бізнес. Це пояснюється тим, що останніми роками в Україні виявляються негативні тенденції, які відображають:

- поглиблення фінансової і соціально-економічної кризи в країні, коли конкуренція між вітчизняними товаровиробниками за сировинні ресурси супроводжується вагомими непродуктивними витратами технологічно пов'язаних між собою підприємств;

- збільшення розриву між вигодами та комерційним успіхом від зростаючого (в умовах високої інфляції) експорту продукції, що не належить до інноваційної, і погіршенням фінансової стійкості суб'єктів високотехнологічних секторів – інноваційно активних підприємств;

- високу корумпованість у вищих ешелонах влади, «зрощення» політичного і фінансового капіталів, зростання трансакційних витрат як бар'єрів для розгортання бізнесу середніх і малих підприємств;

- монополізацію промислових і споживчих ринків, що послаблює стимулюючу роль ринку як для збалансування попиту і пропозиції, так і для формування рівноважних ринкових цін на фактори виробництва;

- вагому роль політичного бренду у просуванні товарів і послуг олігархічних структур на внутрішньому і закордонних ринках і в захисті комерційних інтересів приватного капіталу;

- обмежений доступ виробників до довгострокових інвестиційних ресурсів фінансово-кредитних структур і тренди зростаючих фінансових витрат на обслуговування кредитів, що погіршує структуру маржинального доходу;

- непрозорість політики імпортозаміщення, де домінуючу роль в експорті відіграють товари та послуги з низькою часткою доданої вартості, що призводить до знецінення інтелектуальної праці, підвищення рівня експлуатації природних ресурсів і появи нових соціальних та екологічних проблем;

- інноваційну пасивність виробничих структур, зокрема і великих підприємств, у послабленні залежності України від імпорту енергетичних ресурсів, наукоємних виробів – машин, обладнання, фармацевтичних препаратів тощо і в процесах національної модернізації економіки країни.

Інноваційно активні підприємства, як свідчить світова практика, мають неоціненний досвід в управлінні змінами, ширші можливості для приваблення клієнтів та апробовані моделі стратегічного розвитку на базі вибудовування відносин у напрямі «стратегія розвитку потенціалу виробника – стратегія і потенціал клієнта – пошук нових клієнтів із суміжних галузей – пошук клієнтів на закордонних ринках». Про це свідчать рейтингові показники динамічних компаній на ринках Центральної і Східної Європи [16]. У промисловому секторі серед українських компаній у 2011–2012 рр. в цьому рейтингу було присутнє лише одне запорізьке підприємство «Мотор-Січ» із доходом 769,1 млн євро у 2012 р., проте його комерційні інтереси суперечать суспільним інтересам захисту національної безпеки України, адже у погоні за максимальними прибутками в умовах військових конфліктів України з Росією воно продовжує постачати авіадвигуни для вертольотів цивільного і військового призначення [17].

Використання застарілих організаційно-управлінських і маркетингових технологій призводить до того, що понад 70 % промислових підприємств України, зважаючи на рівень зносу їх кваліфікованих активів, збитковість виробництва і втрату кооперованих зв'язків після анексії Криму і загострення військових конфліктів на Донбасі, не мають можливостей розвитку, володіють обмеженими інноваційними ресурсами і потребують санації, а решта – близько 30 % – надто розрізняються як за рівнем техніко-технологічного розвитку, так і за готовністю переорієнтації маркетингової політики на інші цільові ринки. Так, за статистичними даними за 2013 р., ступінь зносу основних засобів в економіці країни – аж 77,3 %! [18]. У 2013 р. лише 16,8 % від загальної кількості підприємств займалися інноваціями, питома вага реалізованої інноваційної продукції в загальному обсягу промислової продукції складала лише 3,3 % (за 2000–2013 рр. вона не перевищувала 7 % – це показник 2002 р.), а кількість освоєних інноваційних видів продукції скоротилася порівняно з 2002 р. аж у 7,28 рази!

Динаміка вартості нематеріальних активів (НМА), які охоплюють права на використання майна, природних ресурсів, права промислової власності, права інтелектуальної власності, ділову репутацію (гудвіл), при-

вілеї, патенти та інші НМА, а також зміна їхньої частки у складі позаоборотних засобів виступають важливими індикаторами інноваційної діяльності. Зазначимо, що інвестиції в матеріальні активи в 2013 р. у 24 рази перевищували обсяг інвестицій у нематеріальні активи (257 143,5 млн грн і 10 584,5 млн грн відповідно) [19].

В теперішніх умовах глибокої кризи монополізованих ринків (промислових і споживчих) і розкручування інфляції витрат знизилася цінність інтелектуальної праці та вартість капіталу клієнта, тобто погіршилися стартові умови для виживання українських підприємств. Так, за січень – вересень 2014 р. збитковими були 46,6 % промислових підприємств (чистий збиток склав майже 140 млрд грн), причому частка збиткових великих підприємств порівняно з середніми була більшою (53,8 % і 45,4 % відповідно), а в машинобудуванні збитковими виявилися 40 % підприємств від їхньої загальної кількості (чистий збиток склав більше 11 млрд грн).

Вирішення системних проблем управління розвитком вимагає адекватного системного аналізу економічних процесів. Зауважимо, що аналіз фактичних показників з машинобудування Львівщини, відображених у Звіті про проведення інформаційно-аналітичної роботи «Дослідження науково-інноваційного комплексу Львівщини» в контексті реалізації стратегічної цілі № 3 «Стратегії розвитку Львівської області до 2015 р.», був проведений за традиційною схемою в адміністративно-галузевому розрізі, а не за новими виділеними об'єктами-кластерами: Кластер А «Транспортне машинобудування», Кластер Г «Машинобудування для нафтогазового комплексу». Відсутність комплексного аналізу причинно-наслідкових взаємозалежностей тих кластерів унеможливило оцінку реального поступу в інноваційному розвитку однорідних функціонально-технологічних груп на Львівщині і на міжрегіональному рівні.

Необхідність реструктуризації машинобудівного бізнесу та прийняття інноваційних рішень диктується тим, що за 2005–2013 рр. спостерігається явно виражена спадаюча тенденція щодо виробництва автомобілів і автобусів в Україні (рис. 1), зростають приховані витрати неефективного маркетингу при «консервуванні» оборотного капіталу, збільшується тривалість циклів оновлення запасів і основного капіталу при відсутності структурованої системи нематеріальних активів, зокрема патентного фонду.

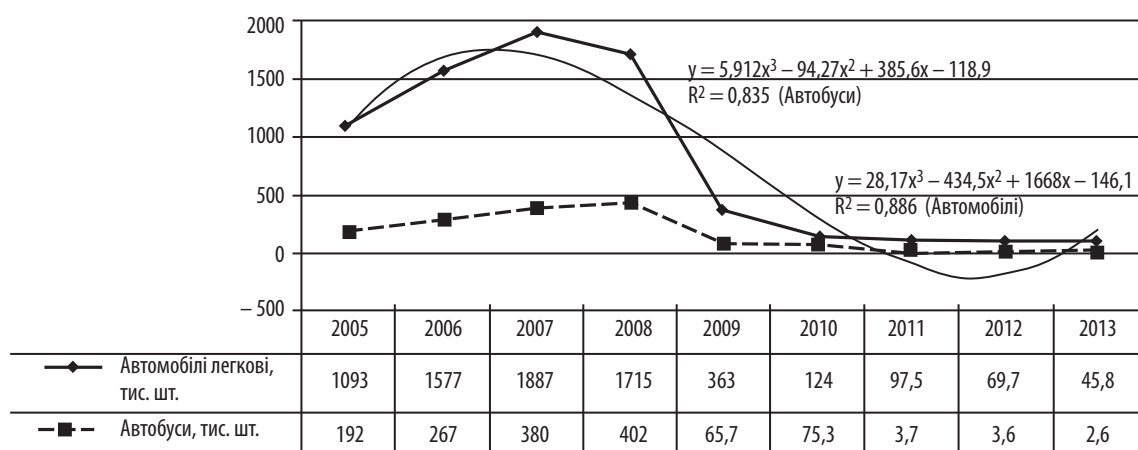


Рис. 1. Тренди і регресійні моделі, які відображають динаміку продажів в Україні легкових автомобілів і автобусів за 2005 – 2013 рр.

Побудовано на основі джерела [20]

Різко впав попит на автомобілі в 2014 р.: у серпні 2014 р. автодилери реалізували 6 621 новий легковий автомобіль, що на 74,7 % менше від аналогічного показника 2013 р. (за 8 місяців 2014 р. падіння склало близько 50 %) [21]. Це призводить до нагромадження реальних утрат капіталу у відносинах «підприємство – клієнт», а підприємства транспортного машинобудування у кризових ситуаціях втрачають свою цінність як об'єкт інвестування.

Через відсутність в Україні загальнонаціональної стратегії випереджаючого розвитку економіки і транспортного машинобудування та організаційно-економічних механізмів її забезпечення практично зруйновано бізнес підприємств автомобіле- та автобусобудування в Україні, які активно здійснювали технологічно не пов'язану диверсифікацію діяльності, виконували складські операції з комплектації імпортних автомобілів, практично не інвестували кошти в технологічні та продуктивні інновації.

Інноваційні екологічні проекти у транспортному машинобудуванні, де важливими є пошук нових принципів руху автомобіля, а також використання нових технологій і матеріалів, не стали органічною складовою державно-приватного партнерства в Україні, а введення прогресивних екологічних стандартів було відкладено. Так, згідно з даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі, екологічний стандарт «Євро-4» ста-

не мінімальним допустимим стандартом палива лише з 1 січня 2016 р. [22]. Для прикладу, новий турбодизель 1.6 CDTi Ecotec, розроблений німецькими, італійськими та американськими спеціалістами, відповідає «Євро-6».

Про кризові ситуації у сфері автомобілебудування України свідчать дані щодо ПАТ «Запорізький автомобільний завод» і входження його в зону збитковості, починаючи з 2009 р., коли власний капітал склав -194,789 млн грн. Зауважимо, що ще у 1998 р. при створенні СП ЗАТ «АвтоЗАЗ-ДЕУ» (нині – ПАТ «ЗАЗ») усі виробничі потужності було передано до статутного фонду спільного підприємства. Основними видами економічної діяльності ПАТ «ЗАЗ» у 2007–2009 рр. були: 74.13.0 – Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення суспільної думки; 70.20.0 – Здавання в оренду власного нерухомого майна; 50.20.0 – Технічне обслуговування та ремонт автомобілів, а з 2010 р. – такі види КВЕД: 70.20.0 – Здавання в оренду власного нерухомого майна; 50.10.1 – Оптова торгівля автомобілями і 50.10.2 – Роздрібна торгівля автомобілями. Це означає, що диверсифікація діяльності ПАТ «ЗАЗ» практично виключала можливості для зміцнення ключових компетенцій цього підприємства, адже не розроблялися власні ноу-хау через відсутність замовлень для виробництва.

На рис. 2 відображено зростаючу тенденцію збільшення інших операційних витрат ПАТ «ЗАЗ», до яких зокрема належать витрати на дослідження і розробки, і втрати від операційної курсової різниці і знецінення запасів в умовах інфляції.

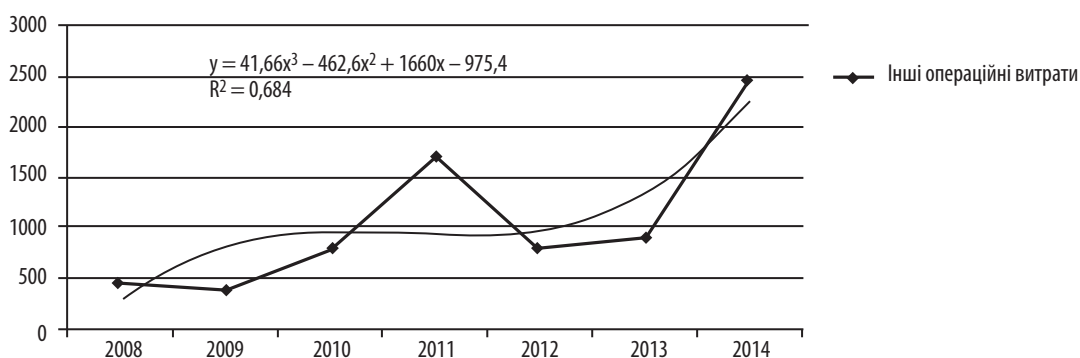


Рис. 2. Тренд, який відображає зростання інших операційних витрат на ПАТ «Запорізький автомобільний завод», тис. шт.

Важливим індикатором інноваційної пасивності ПАТ «Запорізький автомобільний завод» є відсутність НМА у складі позаоборотних активів за 2008–2011 рр. і незначні їх обсяги (1–4 тис. грн) за 2012–2014 рр. У 2015 р. це підприємство перебуває на межі повного банкрутства. На рис. 3 показано динаміку фінансово-економічних показників ПАТ «ЗАЗ»: нерозподілений збиток за 2009–2014 рр. збільшився у 2,1 рази при одночасному виведенні активів з підприємства – зменшення їх вартості складає 5,2 рази. Для порівняння: у ПАТ «Автомобільна Компанія «Богдан Моторс» нерозподілений збиток за 2013 р. був ще більшим порівняно з ПАТ «ЗАЗ» і склав 1 165,148 млн грн.

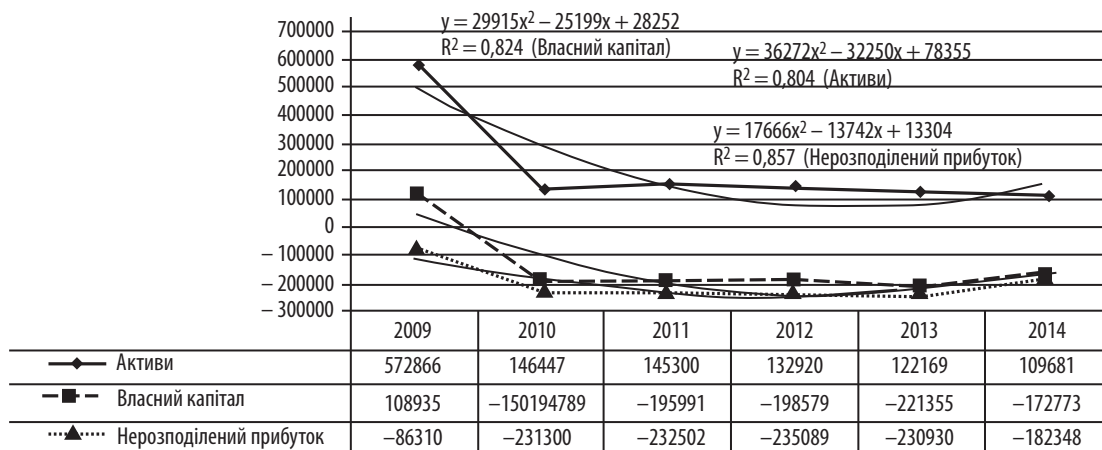


Рис. 3. Тренди і регресійні моделі, які відображають динаміку фінансових та економічних показників ПАТ «Запорізький автомобільний завод» за 2009 – 2014 рр., тис. грн

Побудовано на основі джерела [20]

Отже, найбільш складною в управлінні розвитком є проблема не стільки ідентифікації джерел створення і споживання вартості на підприємствах, скільки обґрунтування напрямку розвитку підприємства і основних параметрів у бізнес-моделі [23].

Управління розвитком вітчизняних підприємств у контексті нової філософії бізнесу вимагає розуміння закономірностей функціонування різних моделей розвитку інноваційної економіки, специфіки кризового менеджменту, розроблення проектів досліджень суміжних ринків. Це актуалізує науково-прикладні дослідження за такими напрямками: управління змінами та знаннями з урахуванням факторів ризику; структура зв'язків з клієнтами та інвесторами; маркетингове забезпечення інноваційної діяльності підприємств; удосконалення механізму державно-приватного партнерства. Розуміння проблемних задач в управлінні розвитком і бачення підходів до їх вирішення має особливо важливе значення для підприємств високотехнологічних секторів, які потенційно повинні виступати двигуном позитивних змін у реальному секторі економіки та розширювати економічний простір для впровадження інновацій.

**Література:** 1. The Global Competitiveness Report 2013–2014. Klaus Schwab // World Economic Forum [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.weforum.org/issues/globalcompetitiveness/index.html>. 2. Україна в світових рейтингах 2014 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.radiosvoboda.org/media/photogallery/26788600.html>. 3. Про Рекомендації парламентських слухань на тему: «Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів» : Постанова ВР України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua>. 4. Маркетинговая революция: Радикально новый подход к преобразованию бизнеса, торговой марки и получению практических результатов / П. Р. Гембл, А. Тапп, Э. Марселла, М. Стоун ; [пер. с англ. А. А. Шамрай]. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. – 419 с. 5. Allaire Y. Myślenie strategiczne / Y. Allaire, M. E. Feisirotu. – Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2000. – 408 p. 6. Мних О. Б. Необхідність розроблення інноваційних рішень у маркетинговій стратегії підприємства в умовах поглиблення кризи / О. Б. Мних // Вісник «Логістика» НУ «Львівська політехніка». – 2011. – № 690. – С. 103–109. 7. Мних О. Б. Необхідність реструктуризації бізнесу в розвитку капіталізаційних процесів: роль маркетингу і логістики / О. Б. Мних // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». – 2012. – Т. 3, № 5. – С. 72–75. 8. Мних О. Б. Системний підхід до реструктуризації підприємства як соціально-економічного простору впровадження інноваційних рішень / О. Б. Мних // Економіка : реалії часу. – 2013. – № 3 (8). – С. 5–10. 9. Top 10 megatrends, формирующих контуры бизнеса нового поколения [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://csrjournal.com/8510-top-5-mega-tendencij-formiruyushhix-kontury-biznesa-novogo-pokoleniya.html>. 10. Харрингтон Дж. Совершенство управления изменениями / Дж. Харрингтон ; [пер. с англ.]. – М. : Изд-во «Стандарты и качество», 2008. – 192 с. 11. Коллинз Дж. Построенные навечно: успех компаний, обладающих успехом / Джим Коллинз, Джерри Поррас ; [пер. с англ. В. Мишучкова]. – СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2004. – 350 с. 12. Губанов С. Системные противоречия и перспектива их разрешения / С. Губанов // Экономист. – 2001. – № 2. – С. 69–75. 13. Дамодаран А. Инвестиционная оценка: инструменты и методы оценки любых активов / А. Дамодаран ; [пер. с англ.]. – 4-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 1340 с. 14. Мних О. Б. Маркетинг у формуванні ринкової вартості машинобудівного підприємства : монографія / О. Б. Мних. – Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2009. – 428 с. 15. Treacy M. The Discipline of Market Leaders / M. Treacy, F. Wiersema. – Reading, MA : Addison-Wesley Publishing Company, 1995. 16. Найдинамічніші компанії Центральної та Східної Європи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.deloitte.com/multifiledownload](http://www.deloitte.com/multifiledownload). 17. «Мотор Січ» продовжує поставляти авіадвигуни в РФ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.epravda.com.ua/news>. 18. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/ibd/voz/voz\\_u/voz06\\_u.htm](http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/ibd/voz/voz_u/voz06_u.htm). 19. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2013/ibd/ibd\\_rik/ibd\\_u/ki\\_rik\\_u.htm](http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2013/ibd/ibd_rik/ibd_u/ki_rik_u.htm). 20. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua/>. 21. Машини не купують, а крадуть. Криза на українському авторинку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ua.korrespondent.net/business/auto/3427202-mashyny-ne-kuuyut-a-kradut-kryza-na-ukrainskomu-avtorynku>. 22. Нові екостандарт бензину в Україні вирішили відкласти [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ilife-news.com/5468-nov-ekostandarti-benzinu-v-ukrayin-virshili-vdklasti.html>. 23. Мних О. Б. Зміна парадигми управління капіталізаційними процесами: роль інноваційних екологічних рішень у логістико-маркетингових стратегіях формування вартості / О. Б. Мних // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 6. – С. 240–246.

**References:** 1. The Global Competitiveness Report 2013–2014. Klaus Schwab // World Economic Forum [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.weforum.org/issues/globalcompetitiveness/index.html>. 2. Ukraina v svitovykh reitynhakh 2014 roku [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.radiosvoboda.org/media/photogallery/26788600.html>. 3. Pro Rekomendatsii parlamentskykh slukhan na temu: «Stratehiia innovatsiinoho rozvytku Ukrainy na 2010–2020 roky v umovakh hlobalizatsiinykh vyklykiv» : Postanova VR Ukrainy [Electronic resource]. – Access mode : <http://zakon4.rada.gov.ua>. 4. *Marketingovaya revolyutsiya: Radikalno novyy podhod k preobrazovaniyu biznesa, togovoy marki i polucheniyu prakticheskikh rezultatov* [Marketing revolution: A radically new approach to business transformation, the trade mark and obtaining practical results] / P. R. Gembl, A. Tapp, E. Marsella, M. Stoun ; [per. s angl. A. A. Shamray]. – Dnepropetrovsk : Balans Biznes Buks, 2007. – 419 p. 5. Allaire Y. Myślenie strategiczne / Y. Allaire, M. E. Feisirotu. – Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2000. – 408 p. 6. Mnykh O. B. *Neobkhdnist rozroblennia innovatsiinykh rishen u marketynhovii stratehii pidpriemstva v umovakh pohlyblennia kryzy* [The need to develop innovative solutions in the marketing strategy of the enterprise under the deepening crisis] / O. B. Mnykh // Visnyk «Lohistyka» NU



«Lvivska politehnika». – 2011. – No. 690. – P. 103–109. **7.** Mnykh O. B. *Neobkhdnist restrukturyzatsii biznesu v rozvytku kapitalizatsiinykh protsesiv: rol marketynhu i lohistyky* [The need for restructuring in the process of capitalization: the role of marketing and logistics] / O. B. Mnykh // *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Seriya «Ekonomichni nauky»*. – 2012. – Vol. 3, issue 5. – P. 72–75. **8.** Mnykh O. B. *Systemnyi pidkhd do restrukturyzatsii pidpriemstva yak sotsialno-ekonomichnoho prostoru vprovadzhennia innovatsiinykh rishen* [Systematic approach to enterprise restructuring as a socio-economic space implementation of innovative solutions] / O. B. Mnykh // *Ekonomika : realii chasu*. – 2013. – No. 3 (8). – P. 5–10. **9.** Top 10 mega-tendentsiy, formiruyushchih kontury biznesa novogo pokoleniya [Electronic resource]. – Access mode : <http://csrjournal.com/8510-top-5-mega-tendencij-formiruyushchih-kontury-biznesa-novogo-pokoleniya.html>. **10.** Harrington Dzh. *Sovershenstvo upravleniya izmeneniyami* [Excellence in management changes] / Dzh. Harrington ; [per. s angl.]. – M. : Izd-vo «Standarty i kachestvo», 2008. – 192 p. **11.** Kollinz Dzh. *Pastroennye navechno: uspeh kompaniy, obladayushchih uspehom* [Built to last: Successful companies with success] / Dzhim Kollinz, Dzhherri Porras ; [per. s angl. V. Mishuchkova]. – SPb. : Stokgolmskaja shkola ekonomiki, 2004. – 350 p. **12.** Gubanov S. *Sistemnye protivorechiya i perspektiva ih razresheniya* [Systemic contradictions and prospects of their resolution] / S. Gubanov // *Ekonomist*. – 2001. – No. 2. – P. 69–75. **13.** Damodaran A. *Investitsionnaya ocenka: instrumenty i metody ocenki lyubyykh aktivov* [Investment valuation: tools and methods of assessment of any assets] / A. Damodaran ; [per. s angl.]. – 4-e izd. – M. : Alpina Biznes Buks, 2007. – 1340 p. **14.** Mnykh O. B. *Marketynh u formuvanni rynkovoї vartosti mashynobudivnoho pidpriemstva : monohrafiya* [Marketing in establishing a market value of machine-building enterprise: monograph] / O. B. Mnykh. – Lviv : Vyd-vo NU «Lvivska politehnika», 2009. – 428 p. **15.** Treacy M. *The Discipline of Market Leaders* / M. Treacy, F. Wiersema. – Reading, MA : Addison-Wesley Publishing Company, 1995. **16.** Naidynamichnishi kompanii Tsentralnoi ta Skhidnoi Yevropy [Electronic resource]. – Access mode : [www.deloitte.com/multifiledownload](http://www.deloitte.com/multifiledownload). **17.** «Motor Sich» prodovzhuie postavlyaty aviadvyhuny v RF [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.epravda.com.ua/news>. **18.** [Electronic resource]. – Access mode : [http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/ibd/voz/voz\\_u/voz06\\_u.htm](http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/ibd/voz/voz_u/voz06_u.htm). **19.** [Electronic resource]. – Access mode : [http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2013/ibd/ibd\\_rik/ibd\\_u/ki\\_rik\\_u.htm](http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2013/ibd/ibd_rik/ibd_u/ki_rik_u.htm). **20.** [Electronic resource]. – Access mode : <http://ukrstat.gov.ua/>. **21.** Mashyny ne kupuiut, a kradut. Kryza na ukrainskomu avtorynku [Electronic resource]. – Access mode : <http://ua.korrespondent.net/business/auto/3427202-mashyny-ne-kupuut-a-kradut-kryza-na-ukrainskomu-avtorynku>. **22.** Novi ekostandarty benzynu v Ukraini vyrishyly vidklasty [Electronic resource]. – Access mode : <http://ilife-news.com/5468-nov-ekostandarty-benzynu-v-ukrayin-virshyly-vidklasti.html>. **23.** Mnykh O. B. *Zmina paradyhmy upravlinnia kapitalizatsiinykh protsesamy: rol innovatsiinykh ekolohichnykh rishen u lohistyko-marketynhovyykh stratehiakh formuvannia vartosti* [Changing the paradigm capitalization process: the role of innovative environmental solutions in logistics, marketing strategy forming value] / O. B. Mnykh // *Aktualni problemy ekonomiky*. – 2014. – No. 6. – P. 240–246.

#### Інформація про автора

**Мних Ольга Богданівна** – докт. екон. наук, професор, професор кафедри маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка» (вул. Степана Бандери, 12, м. Київ, Україна, 79013, e-mail: [mnykholga1@ukr.net](mailto:mnykholga1@ukr.net)).

#### Информация об авторе

**Мных Ольга Богдановна** – докт. екон. наук, профессор, профессор кафедры маркетинга и логистики Национального университета «Львовская политехника» (ул. Степана Бандеры, 12, г. Киев, Украина, 79013, e-mail: [mnykholga1@ukr.net](mailto:mnykholga1@ukr.net)).

#### Information about the author

**O. Mnykh** – Doctor of Science in Economics, Professor, Professor of the Department of Marketing and Logistics of National University “Lviv Polytechnic” (12 Stepan Bandera St., Kyiv, Ukraine, 79013, e-mail: [mnykholga1@ukr.net](mailto:mnykholga1@ukr.net)).

*Стаття надійшла до ред.  
19.05.2015 р.*

JEL Classification: D46; D61; G32

УДК 658.01:152

## ПОНЯТТЯ ВАРТОСТІ ПРИ ОЦІНЦІ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

**Гонтарева І. В.**

**Анотація.** Ефективність господарської діяльності підприємства багато в чому зумовлюється дією закону вартості, який вимагає, щоб виробництво і обмін товарів здійснювалися на еквівалентній основі. Метою даної статті є функціональний аналіз вартості стосовно оцінки ефективності діяльності підприємства. Системна ефективність

© Гонтарев І. В., 2015