

ЗАВДАННЯ ТА ІНСТРУМЕНТИ ТОВАРНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА

© 2015 КУЗЬМІН О. Є., ФЕЩУР Р. В., СКИБІНСЬКИЙ О. С., ДРИМАЛОВСЬКА Х. В.

УДК 338.33

Кузьмін О. Є., Фещур Р. В., Скибінський О. С., Дрималовська Х. В.

Завдання та інструменти товарно-технологічної диверсифікації виробництва

Мета статті передбачає виокремлення завдань і розроблення інструментів товарно-технологічної диверсифікації виробництва, спрямованих на оновлення асортименту продукції та впровадження інноваційних технологій, що забезпечить високий рівень конкурентоспроможності та створить передумови для сталого розвитку підприємства. В результаті опрацювання літературних джерел сформовано завдання та інструменти розвитку підприємств шляхом товарно-технологічної диверсифікації виробництва. У статті запропоновано дієві інструменти товарно-технологічної диверсифікації виробництва, а саме: модель розширення номенклатури продукції, багатокритеріальну модель оптимізації асортименту продукції, модифіковану модель Канторовича – Купманса впровадження на підприємстві нових технологій виробництва при заданих обмеженнях на випуск продукції. Подальші дослідження пов'язані з формуванням інструментів диверсифікації виробництва шляхом упровадження нових видів виробництва.

Ключові слова: диверсифікація виробництва, моделі диверсифікації, товарна диверсифікація, технологічна диверсифікація, потенціал диверсифікації, інноваційні перетворення, ризики диверсифікації, система обмежень, критерії оптимізації.

Табл.: 1. **Формул:** 31. **Бібл.:** 19.

Кузьмін Олег Євгенович – доктор економічних наук, професор, директор Інституту економіки і менеджменту, Національний університет «Львівська політехніка» (вул. Степана Бандери, 12, Львів, 79013, Україна)

Email: okuzmin@lp.edu.ua

Фещур Роман Васильович – кандидат економічних наук, професор, завідувач кафедри технологій управління, Національний університет «Львівська політехніка» (вул. Степана Бандери, 12, Львів, 79013, Україна)

Email: romanfeshchur@gmail.com

Скибінський Олександр Станіславович – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва, Національний університет «Львівська політехніка» (вул. Степана Бандери, 12, Львів, 79013, Україна)

Email: sos@ukr.net

Дрималовська Христина Василівна – аспірант кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва, Національний університет «Львівська політехніка» (вул. Степана Бандери, 12, Львів, 79013, Україна)

Email: chrystyna90@gmail.com

УДК 338.33

UDC 338.33

Кузьмин О. Е., Фещур Р. В., Скибинский А. С., Дрималовская Х. В.
Задачи и инструменты товарно-технологической диверсификации производства

Цель статьи предусматривает выделение задач и разработку инструментов товарно-технологической диверсификации производства, направленных на обновление ассортимента продукции и внедрение инновационных технологий, что обеспечит высокий уровень конкурентоспособности и создаст предпосылки для устойчивого развития предприятия. В результате обработки литературных источников сформированы задачи и инструменты развития предприятия путем товарно-технологической диверсификации производства. В статье предложены действенные инструменты товарно-технологической диверсификации производства, а именно: модель расширения номенклатуры продукции, многокритериальную модель оптимизации ассортимента, модифицированную модель Канторовича – Купманса внедрения на предприятии новых технологий производства при заданных ограничениях на выпуск продукции. Дальнейшие исследования связаны с формированием инструментов диверсификации производства путем внедрения новых видов производства.

Ключевые слова: диверсификация производства, модели диверсификации, товарная диверсификация, технологическая диверсификация, потенциал диверсификации, инновационные преобразования, риски диверсификации, система ограничений, критерии оптимизации

Табл.: 1. **Формул:** 31. **Библ.:** 19.

Kuzmin O. Ye., Feshchur R. V., Skybinsky O. S., Drymalovska K. V.
Problems and Instruments of Product and Technological Diversification of Manufacturing

The purpose of the article involves identification of objectives and development of instruments for product and technological diversification aimed at updating the range of products and introducing innovative technologies, which will ensure a high level of competitiveness and create preconditions for steady development of the enterprise. As a result of studying the literary sources the objectives and instruments for development of enterprises by means of product and technological diversification have been defined. The article suggests effective instruments of product and technological diversification of manufacturing, namely: the model of expansion of the product range, multi-criteria model of optimization of the product range, a modified model of Kantorovich-Koopmans for implementing new production technologies with set limits on the product output. Further research relate to formation of instruments for manufacturing diversification by means of introducing new types of production.

Key words: diversification of manufacturing, diversification models, product diversification, technological diversification, diversification potential, innovative transformation, diversification risks, system of restrictions, optimization criteria

Tabl.: 1. **Formulae:** 31. **Bibl.:** 19.

Кузьмин Олег Евгеньевич – доктор економічних наук, професор, директор Інститута економіки і менеджмента, Національний університет «Львівська політехніка» (ул. Степана Бандери, 12, Львів, 79013, Україна)

Email: okuzmin@lp.edu.ua

Фещур Роман Васильевич – кандидат економічних наук, професор, завідувач кафедри технологій управління, Національний університет «Львівська політехніка» (ул. Степана Бандери, 12, Львів, 79013, Україна)

Email: romanfeshchur@gmail.com

Скибинський Александр Станиславович – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджмента і міжнародного підприємництва, Національний університет «Львівська політехніка» (ул. Степана Бандери, 12, Львів, 79013, Україна)

Email: sos@ukr.net

Дрималовська Христина Васильевна – аспірант кафедри менеджмента і міжнародного підприємництва, Національний університет «Львівська політехніка» (ул. Степана Бандери, 12, Львів, 79013, Україна)

Email: chrystyna90@gmail.com

Kuzmin Oleg Ye. – Doctor of Science (Economics), Professor, Director, Institute of Economics and Management, National University «Lviv Polytechnic» (vul. Stepana Bandery, 12, Lviv, 79013, Ukraine)

Email: okuzmin@lp.edu.ua

Feshchur Roman V. – Candidate of Sciences (Economics), Professor, Head of the Department, Department of Technology Management, National University «Lviv Polytechnic» (vul. Stepana Bandery, 12, Lviv, 79013, Ukraine)

Email: romanfeshchur@gmail.com

Skybinskyi Oleksandr S. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Management and International Business, National University «Lviv Polytechnic» (vul. Stepana Bandery, 12, Lviv, 79013, Ukraine)

Email: sos@ukr.net

Drymalovska Khrystyna V. – Postgraduate Student, Department of Management and International Business, National University «Lviv Polytechnic» (vul. Stepana Bandery, 12, Lviv, 79013, Ukraine)

Email: chrystyna90@gmail.com

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими завданнями. Товарно-технологічна диверсифікація виробництва є ефективним засобом розвитку підприємств, підвищення їх конкурентоспроможності. Інноваційні перетворення продукції, а також технології її виробництва є запорукою створення конкурентних переваг для підприємств. Їх здійснення спирається на результати ретельних маркетингових досліджень товарного ринку, осмислення стратегій розвитку з урахуванням можливої поведінки споживачів і конкурентів та вимагають залучення додаткових ресурсів із зовнішніх і внутрішніх джерел.

Складність і багатогранність проблеми товарно-технологічної диверсифікації виробництва вимагає вирішення актуальних завдань оптимізації номенклатури та асортименту продукції, тобто її структури і портфельного наповнення, а також забезпечення ефективності виробництва шляхом впровадження інноваційних ресурсозберіжних технологій. Вирішення зазначених завдань потребує розроблення і застосування дієвих інструментів товарно-технологічної диверсифікації.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Проблема диверсифікації виробництва перебуває під постійною увагою вітчизняних і зарубіжних учених. Завдання, концептуальні моделі та інструментальні засоби товарно-технологічної диверсифікації виробництва розглядалися у працях І. Ансоффа, П. Друкера, М. Корінка, Ф. Котлера, О. Кузьміна, О. Маслака, В. Момота, В. Трубаніна та ін. Моделі формування оптимального асортименту продукції (товарної диверсифікації) присвячені праці таких науковців, як С. Гаркавенко, Г. Марковіц, О. Орлов, Р. Фещур, Н. Чухрай, У. Шарп та ін.

Метою товарної диверсифікації є формування оптимального за критеріями доходності (прибутковості), рівня задоволення потреб споживачів та ризику асортиментного портфеля, що забезпечує раціональне та екологічно ви-

правдане використання обмежених ресурсів на шляху досягнення сталого розвитку підприємств.

Маркетингові завдання формування інноваційної товарної політики ґрунтовно описані у працях [1; 2; 5; 6], критерії впровадження товарної диверсифікації – у праці [19], методи і моделі прогнозування попиту на продукцію – у працях [7; 8; 10; 11], напрями зниження ресурсоемності продукції – у працях [3; 4; 9], методи і моделі оптимального планування виробництва продукції – у працях [12; 13; 14], особливості застосування портфельного підходу (моделі Г. Марковіца) до управління асортиментом продукції – у працях [15; 16; 17]. Серед низки праць щодо технологічної диверсифікації виробництва необхідно відзначити роботи [4; 18].

У перелічених публікаціях з різним ступенем деталізації розглянуто завдання і методи товарно-технологічної диверсифікації. Проблемними і такими, що потребують подальшого опрацювання, залишаються завдання розроблення адекватних інструментів (економіко-математичних моделей) планування товарної та технологічної диверсифікації виробництва.

Мета дослідження. Метою дослідження є виокремлення актуальних завдань та розроблення інструментів товарно-технологічної диверсифікації виробництва, спрямованих на оновлення асортименту продукції та впровадження інноваційних технологій, що забезпечить високий рівень конкурентоспроможності та створить передумови для сталого розвитку підприємства.

Виклад основного матеріалу. Дослідження показали, що до основних завдань товарно-технологічної диверсифікації виробництва на шляху забезпечення розвитку підприємств слід віднести: моніторинг ринкового середовища, аналізування показників стану і динаміки розвитку підприємства, аналізування потенціалу розвитку діючих видів виробництва, встановлення цільових індикаторів розвитку підприємства та формування стратегії товарно-технологічної диверсифікації виробництва (табл. 1).

Завдання та інструменти розвитку підприємств шляхом товарно-технологічної диверсифікації виробництва

Завдання	Зміст завдання	Інструменти
1. Моніторинг ринкового середовища	1.1. Аналізування стану і прогнозування тенденцій розвитку товарного ринку. 1.2. Аналізування конкурентоспроможності асортименту продукції підприємства порівняно із продукцією підприємств-лідерів галузі (за споживачами, ціновими, екологічними параметрами, іншими маркетинговими характеристиками, витратами ресурсів тощо).	Методи маркетингових досліджень
2. Аналізування показників стану і динаміки розвитку підприємства	2.1. Дослідження соціально-економічних показників стану підприємства. 2.2. Прогнозування показників розвитку підприємства за збереження товарно-технологічного профілю виробництва.	Економіко-статистичні методи. Економетричні методи і моделі
3. Аналізування потенціалу розвитку діючих видів виробництва	3.1. Оцінювання ресурсних можливостей розширення номенклатури продукції. 3.2. Виявлення напрямів оновлення асортименту продукції 3.3. Оцінювання можливостей та економічної доцільності впровадження нових технологій.	Експертні методи. Методи функціонально-структурного аналізу.
4. Встановлення цільових індикаторів розвитку підприємства	4.1. Розроблення системи показників оцінювання розвитку підприємства. 4.2. Виявлення еталонного вектора індикаторів розвитку. 4.3. Встановлення планових орієнтирів (індикаторів) розвитку підприємства на ближню і віддалену перспективу.	Методи аналізу і синтезу складних систем. Експертні методи. Методи імітаційного моделювання. Економетричні методи і моделі
5. Формування стратегії товарно-технологічної диверсифікації виробництва	5.1. Побудова концепції товарно-технологічної диверсифікації виробництва. 5.2. Розроблення інструментів планування товарно-технологічної диверсифікації виробництва. 5.3. Оцінювання показників товарно-технологічної диверсифікації виробництва.	Методи якісного аналізу соціально-економічних явищ і процесів. Економіко-математичні методи і моделі. Методи якісного і кількісного оцінювання ризику.

Джерело: сформовано авторами за [4; 5; 7; 8; 10; 12] та з урахуванням власних розробок

На кожному з виокремлених завдань процесу товарно-технологічної диверсифікації виробництва можливе застосування різноманітних інструментів – стандартних чи спеціальних методів маркетингових досліджень, оцінювання ризиків, економіко-математичного моделювання, економіко-статистичного прогнозування, функціонально-вартісного аналізу, стратегічного аналізу, експертного оцінювання, портфельного аналізу, імітаційного моделювання тощо.

Зупинимось докладніше на особливостях побудови економіко-математичних інструментів (моделей) планування товарно-технологічної диверсифікації виробництва як ефективних засобів формування оптимальної стратегії розвитку підприємств. Диверсифікація виробництва може включати впровадження нових та розвиток діючих видів виробництва, за якими передбачається розширення номенклатури та асортименту продукції і впровадження нових технологій. Зупинимось детальніше на завданні розвитку діючих видів виробництва шляхом розширення номенклатури продукції.

Важливо розрізнити сутність понять «номенклатури продукції» та «асортименту продукції». Доцільно вважати, що термін номенклатура є ширшим, ніж асортимент [5 с. 264, 266].

За даними Державної служби статистики України, питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі

промислової у 2014 р. становила 2,5 %, а середній приріст питомої ваги реалізованої інноваційної продукції за 2000 – 2014 рр. має від'ємне значення (-0,49 %), що свідчить про незадовільну тенденцію щодо впровадження нових видів продукції. Певне нарощення впровадження нових видів техніки спостерігалось у 2010 – 2014 рр., за які середній темп приросту кількості найменувань нових видів техніки склав +19,3 %. Наведені дані дають підставу стверджувати про необхідність підвищення рівня впровадження нових видів техніки шляхом диверсифікації виробництва.

Економіко-математичне моделювання розширення номенклатури продукції полягає у встановленні функції мети та системи обмежень, за допомогою яких визначається оптимальне поєднання номенклатурних груп, освоєних виробництвом, та нових груп однорідної за призначенням продукції.

Першочергово встановимо вид функції мети. З точки зору суб'єкта господарювання, пріоритетною метою є досягнення максимального прибутку від розширення номенклатурних груп продукції ($F_1(x; y)$), тобто:

$$F_1(x; y) = \sum_{j \in J_{\text{осв}}} (P_j - V_j) \times x_j + \sum_{j \in J_{\text{нов}}} (P_j - V_j) \times y_j \rightarrow \max, \quad (1)$$

де j – індекс номенклатурної групи продукції ($j \in J, J = J_{\text{осв}} + J_{\text{нов}}$);

x_j – шуканий обсяг виробництва продукції освоєних номенклатурних груп ($J_{осв}$);

y_j – шуканий обсяг виробництва продукції нових номенклатурних груп ($J_{нов}$);

P_j – середня ціна одиниці продукції j -ї номенклатурної групи ($j \in J$);

V_j – витрати на виробництво і збут одиниці продукції j -ї номенклатурної групи.

Функціонування підприємства відбувається під дією навколишнього та зовнішнього середовища. Інтереси навколишнього середовища можна відобразити за допомогою функції мети – мінімізація негативних впливів виробництва на екосистему ($F_2(x; y)$):

$$F_2(x; y) = \sum_{j \in J_{осв}} g_j \times x_j + \sum_{j \in J_{нов}} g_j \times y_j \rightarrow \min, \quad (2)$$

де g_j – оцінка (грошова, бальна) негативного впливу виробництва продукції j -ї номенклатурної групи на екосистему ($g_j \geq 0$).

Підприємство, здійснюючи випуск освоєних і плануючи виробництво нових номенклатурних груп продукції, зобов'язане мінімізувати їх шкідливий вплив на навколишнє середовище: забруднення повітряного басейну, води, радіоактивного забруднення повітря і ґрунту. Важливість цього аспекту для діяльності суб'єкта господарювання обумовлено також можливістю уникнення штрафних санкцій, відповідно, забезпечення оптимального рівня прибутковості продукції, що відображено за допомогою функції мети $F_2(x; y)$.

Щодо зовнішнього середовища, то його інтереси в отриманні якісної продукції доцільно відобразити за допомогою таких обмежень:

$$0 < D_j^* \leq x_j \leq D_j^{**}, j \in J_{осв}; \quad (3)$$

$$y_j \leq D_j^{**}, j \in J_{нов}; \quad (4)$$

$$\sum_{j \in J_{осв}} P_j \times x_j + \sum_{j \in J_{нов}} P_j \times y_j \leq Q, \quad (5)$$

де D_j^* – мінімальна ринкова потреба у продукції j -ї номенклатурної групи;

D_j^{**} – максимальна ринкова потреба у продукції j -ї номенклатурної групи;

Q – максимальний обсяг платоспроможного попиту на однорідну за призначенням продукцію номенклатурних груп.

Зазначимо, що значення D_j^* , D_j^{**} можуть відображати фактичну (для освоєних виробництвом номенклатурних груп) або очікувану (для нових номенклатурних груп) частку ринку продукції підприємства.

Відзначимо економічну сутність обмеження (3) – виробництво продукції освоєних номенклатурних груп за обсягом не повинно бути меншим за визначену мінімальну ринкову потребу у продукції j -ї номенклатурної групи (D_j^*), а також не перевищувати максимальну ринкову потребу у продукції j -ї номенклатурної групи (D_j^{**}).

Аналогічно, обмеження (4) означає, що обсяг виробництва продукції нових номенклатурних груп не повинен перевищувати максимальну ринкову потребу у продукції j -ї номенклатурної групи (D_j^{**} , $j \in J_{нов}$).

Економічна сутність обмеження (5) полягає у відображенні платоспроможного попиту споживачів на од-

норідну за призначенням продукцію. При цьому до уваги береться як продукція освоєних номенклатурних груп, так і нових.

Важливу роль при вирішенні завдання розширення номенклатури продукції відіграють обмеження на ресурсне забезпечення. До числа найістотніших видів ресурсів віднесемо: працівників (високої кваліфікації); основні засоби (високотехнологічне обладнання); матеріали (дефіцитні з огляду на їх обмеженість та умови постачання); енергетичні (нормовані щодо постачання).

Обмеження на ресурсне забезпечення набуде такого вигляду:

$$\sum_{j \in J_{осв}} a_{rj} \times x_j + \sum_{j \in J_{нов}} a_{rj} \times y_j \leq A_r, \quad (6)$$

де r – вид ресурсу ($r \in R$);

R – сукупність обмежених ресурсів;

a_{rj} – витрати ресурсу r -го виду на виробництво одиниці продукції j -ї номенклатурної групи ($j \in J$);

A_r – обсяг ресурсного забезпечення ($r \in R$).

З економічної точки зору, обмеження (6) означає, що сукупні витрати ресурсів на виробництво продукції освоєних номенклатурних груп та продукції нових номенклатурних груп не повинні перевищувати обсяг наявних фактичних чи потенційно ресурсів.

Відзначимо, що умови невід'ємності змінних величин, які є обов'язковими у задачах лінійного програмування, для змінної x_j ($j \in J_{осв}$) виконуються автоматично, оскільки $x_j \geq D_j^* > 0$ за обмеженням (3). Щодо змінної величини y_j (нових номенклатурних груп), то необхідно передбачити виконання умови:

$$y_j \geq 0 (j \in J_{нов}). \quad (7)$$

Побудована економіко-математична модель диверсифікації виробництва шляхом розширення номенклатури продукції за рахунок передбачення можливості освоєння на виробництві нових номенклатурних груп дозволяє встановити оптимальні обсяги виробництва продукції освоєних ($j \in J_{осв}$) та нових ($j \in J_{нов}$) номенклатурних груп за виконання обмежень на існуючий чи потенційний попит на продукцію та ресурсний потенціал підприємства.

Наведені в моделі обмеження (3), (5), (6) не виключають можливості введення у систему умов додаткових обмежень (її розширення), скажімо, шляхом застосування обмежень на значення індикаторів соціально-економічного розвитку (продуктивність праці, матеріало- та енергомісткість продукції тощо).

Базова оптимізаційна модель (1) – (7) належить до класу лінійних, детермінованих, багатокритеріальних, статичних моделей. Використання моделі базується на ряді припущень:

1. Масштаби виробництва продукції не впливають на значення технологічних коефіцієнтів (a_{rj}), тобто $a_{rj} = \text{Const}$ при будь-яких значеннях (x_j), (y_j).
2. Ймовірність впровадження на виробництві нових номенклатурних груп продукції дорівнює одиниці (процес диверсифікації є детермінованим).
3. Кількість функцій мети можна збільшити з урахуванням цільових індикаторів розвитку підприємства, тобто задача оптимізації номенклатури про-

дукції за своїм змістом є багатокритеріальною, розв'язання якої спирається на методи пошуку компромісного плану.

4. Період впровадження нових номенклатурних груп продукції є меншим за плановий проміжок часу. У протилежному випадку необхідно ввести індекс часу (t) і перетворити статичну базову модель (1) – (7) до динамічного виду.

Важливим завданням диверсифікації виробництва є оптимізація асортименту продукції підприємства, економіко-математичні моделі якого є достатньо опрацьованими в наукових джерелах [4; 5; 12; 13].

Диверсифікація виробництва через розширення асортименту продукції вказує на те, що підприємство може частково оновлювати продукцію. Мотивуючими факторами таких змін виступають потреби споживачів. Також дуже важливо враховувати ще один фактор, який перешкоджає появі нових видів продукції на ринку – діяльність конкурентів.

У якості функції мети, за допомогою якої відображають економічні інтереси підприємства, доцільно розглядати досягнення максимального прибутку від реалізації асортименту продукції ($F_3(x; y; z; u)$):

$$F_3(x, y, z, u) = \sum_{i \in I_{осв}} (P_i - V_i) \times x_i + \sum_{i \in I_{нов}} (P_i - V_i) \times y_i + \sum_{i \in I_{нов}} (P_i - V_i) \times z_i - \sum_{i \in I_{нов}} (P_i - V_i) \times u_i \rightarrow \max, \quad (8)$$

де i – вид продукції (освоєна виробництвом – $i \in I_{осв}$; оновлена – $i \in I_{онов}$; нова – $i \in I_{нов}$; нова з економічними параметрами продукції конкурента – $i \in I_{новк}$); x_i – кількість виробництва освоєної продукції ($i \in I_{осв}$); y_i – кількість виробництва оновленої продукції ($i \in I_{онов}$); z_i – кількість виробництва нової продукції ($i \in I_{нов}$); u_i – кількість виробництва фіктивної нової продукції з економічними параметрами відповідної продукції виробника-конкурента ($i \in I_{новк}$); P_i – ціна одиниці продукції i -го виду ($i \in I$); V_i – собівартість одиниці продукції i -го виду ($i \in I$).

Знак «мінус» у формулі (8) вказує на небажаність входження в оптимальний асортимент продукції виробника-конкурента. Наявність в оптимальному плані ненульових

значень u_i означатиме вищу конкурентоспроможність відповідної продукції підприємства-конкурента, а значить, необхідність розроблення заходів щодо зміни економічних параметрів нової продукції власного виробництва ($i \in I_{онов}$).

Проявом відповідального ставлення виробника до споживачів є прагнення максимально задовольнити їх потреби, що формально можна відобразити за допомогою такої функції мети ($F_4(x; y; z; u)$):

$$F_4(x, y, z, u) = \sum_{i \in I_{осв}} \alpha_i \times x_i + \sum_{i \in I_{нов}} \beta_i \times y_i + \sum_{i \in I_{нов}} \gamma_i \times z_i - \sum_{i \in I_{нов}} \delta_i \times u_i \rightarrow \max, \quad (9)$$

де $\alpha_i, \beta_i, \gamma_i, \delta_i$ – коефіцієнти вагомості (пріоритетності) продукції i -го виду за споживчо-експлуатаційними параметрами ($\alpha_i + \beta_i + \gamma_i + \delta_i = 1$).

Зазначимо, що попереднє зауваження щодо ненульових значень (u_i) є актуальним для оптимального розв'язку за функцією мети (9).

У якості основних (базових) обмежень у задачах оптимального планування виробництва продукції в асортименті виробів розглядають обмеження на досягнення планових значень економічних індикаторів, обмеження на попит споживачів та обмеження на ресурсне забезпечення, які опишемо послідовно [12; 14].

До числа обмежень на планові значення економічних індикаторів відносять обмеження на обсяги виробництва продукції кожної номенклатурної групи та обмеження на продуктивність виробництва продукції.

Обмеження на обсяги виробництва продукції певних номенклатурних груп набуде такого виду

$$\sum_{i \in I_{осв}} P_i \times x_i + \sum_{i \in I_{нов}} P_i \times y_i + \sum_{i \in I_{нов}} P_i \times z_i - \sum_{i \in I_{нов}} P_i \times u_i > Q_j, \quad (10)$$

де Q_j – планове значення (індикатор) обсягу виробництва j -ої номенклатурної групи ($j \in J$).

Обмеження на продуктивність виробництва продукції за ресурсом r -го виду відобразимо дробом, чисельником якого слугує прибуток від реалізації продукції, а знаменником – витрати ресурсу r -го виду на випуск продукції:

$$\frac{\sum_{i \in I_{осв}} (P_i - V_i) \times x_i + \sum_{i \in I_{онов}} (P_i - V_i) \times y_i + \sum_{i \in I_{нов}} (P_i - V_i) \times z_i + \sum_{i \in I_{нов,к}} (P_i - V_i) \times u_i}{\sum_{i \in I_{осв}} a_{ri} \times x_i + \sum_{i \in I_{онов}} a_{ri} \times y_i + \sum_{i \in I_{нов}} a_{ri} \times z_i + \sum_{i \in I_{нов,к}} a_{ri} \times u_i} \geq k_r, \quad (11)$$

де k_r – планове значення індикатора продуктивності виробництва за ресурсом r -го виду, що відповідає показнику соціально-економічного розвитку підприємства.

Розглянемо обмеження на попит споживачів стосовно конкретних видів продукції у натуральних одиницях, оскільки за допомогою обмеження (10) відображено очікуваний попит на продукцію j -ої номенклатурної групи (у грошовому вимірі).

Для видів продукції ($i \in I$) обмеження набуде вигляду:

$$\begin{cases} D_i^* \leq x_i \leq D_i^{**}, & i \in I_{осв}, \\ D_i^* \leq y_i \leq D_i^{**}, & i \in I_{онов}, \\ x_i + y_i + z_i + u_i < D_i^{max}, & i \in I, \end{cases} \quad (12)$$

де D_i^*, D_i^{**} – нижня, верхня межа кількості попиту на продукцію i -го виду (освоєну, оновлену);

D_i^{max} – максимальний кількісний попит на продукцію i -го виду ($i \in I$).

Зауважимо, що попит на освоєну та оновлену продукцію можна вважати сформованим на відміну від нової продукції (z_j), (u_j), тобто значення D_j^* , D_j^{**} є статистично визначеними, а значення D_j^{max} – прогнозними (за результатами маркетингових досліджень).

$$\frac{\sum_{i \in I_{осв}} a_{ri} \times x_i + \sum_{i \in I_{онов}} a_{ri} \times y_i + \sum_{i \in I_{нов}} a_{ri} \times z_i + \sum_{i \in I_{нов,к}} a_{ri} \times u_i}{\sum_{i \in I_{осв}} x_i + \sum_{i \in I_{онов}} y_i + \sum_{i \in I_{нов}} z_i + \sum_{i \in I_{нов,к}} u_i} \leq a_{rj}, i \in I_j, \quad (13)$$

де a_{ri} – витрати ресурсу r -го виду на виробництво продукції i -го виду;

a_{rj}^* – нормативне значення витрат ресурсу r -го виду на виробництво одиниці продукції j -ої номенклатурної групи.

$$\frac{\sum_{i \in I_{онов}} P_i \times y_i + \sum_{i \in I_{нов}} P_i \times z_i + \sum_{i \in I_{нов,к}} P_i \times u_i}{\sum_{i \in I_{осв}} P_i \times x_i + \sum_{i \in I_{онов}} P_i \times y_i + \sum_{i \in I_{нов}} P_i \times z_i + \sum_{i \in I_{нов,к}} P_i \times u_i} \geq k_j, i \in I_j \quad (14)$$

де k_j – плановий рівень оновлення продукції j -ої номенклатурної групи ($0 < k_j \leq 1$).

Очевидно, що $k_j = 1$, якщо $x_i = 0$. Позначимо питому вагу обсягу виробництва освоєної продукції в обсязі нової продукції через (k_j^o)

$$k_j = \frac{\sum_{i \in I_{осв}} P_i \times x_i}{\sum_{i \in I_{онов}} P_i \times y_i + \sum_{i \in I_{нов}} P_i \times z_i + \sum_{i \in I_{нов,к}} P_i \times u_i}, i \in I_j, \quad (15)$$

та зведемо обмеження (14) до такого виду

$$0 < k_j = \frac{\sum_{i \in I_{осв}} P_i \times x_i}{\sum_{i \in I_{онов}} P_i \times y_i + \sum_{i \in I_{нов}} P_i \times z_i + \sum_{i \in I_{нов,к}} P_i \times u_i} \leq \frac{1 - k_j}{k_j}, j \in J, \quad (16)$$

Між значеннями величин (k_j), (k_j^o) існує обернена залежність, тобто при зростанні (k_j) до 1 значення (k_j^o) зменшується і прямує до нуля. Альтернативою до обмеження (16) може бути умова щодо дотримання певного значення тривалості життєвого циклу продукції.

Оптимізаційна економіко-математична модель (8)–(16) дає змогу встановити асортимент продукції, який відповідає потребам споживачів та забезпечує соціально-економічний розвиток підприємства із урахуванням внутрішніх та зовнішніх обмежень на виробництво і збут продукції.

Впровадження нових технологій на підприємстві є одним із ефективних способів розвитку діючих видів виробництва у процесі диверсифікації виробництва. Відповідно, під технологіями розуміємо технологічні способи, які описуються співвідношеннями між витратами ресурсів і випуском продукції.

У 2014 р., за даними Державної служби статистики України, займалися інноваційною діяльністю 16,1% підприємств, у той час як впроваджували інновації лише 12,1%. Основним джерелом забезпечення інноваційної діяльності при цьому слугують власні кошти підприємств (85%). Тенденції впровадження технологічних процесів у 2010 – 2014 рр. викликають занепокоєння, оскільки середній темп їх приросту за ці роки склав (-3,9%), а маловідходних ре-

Обмеження на ресурсне забезпечення уведемо як обмеження на нормативне значення витрат ресурсу r -го виду на виробництво одиниці продукції j -ої номенклатурної групи (відношення загальних витрат ресурсу r -го виду до кількості виробництва продукції):

У якості додаткового обмеження доцільно ввести обмеження на плановий рівень оновлення продукції підприємства j -ої номенклатурної групи, яке набуде такого вигляду (відношення обсягу виробництва нової та оновленої продукції до загального обсягу виробництва продукції j -ої номенклатурної групи):

сурсозберігаючих процесів – (-1,25%), що обумовлює актуальність завдання диверсифікації виробництва шляхом впровадження нових технологічних способів.

Моделювання виробництва як ефективної комбінації діючих технологічних способів описуються моделлю Канторовича-Купманса [13 с. 300 – 302], основними змінними величинами якої є інтенсивність використання i -го технологічного способу (x_i) та обсяг виробництва продукції j -го виду (y_j).

Економіко-математична модель Канторовича-Купманса має вигляд

$$\sum_j c_j \times y_j \rightarrow \max; \quad (17)$$

$$\sum_i \phi_{ij} \times x_i = y_j, \quad j \in R_\phi; \quad (18)$$

$$\sum_i a_{ij} \times x_i < B_j, \quad j \in R; \quad (19)$$

$$0 < d_j \leq y_j \leq D_j, \quad j \in R_d; \quad (20)$$

$$x_i \geq 0 \quad x_i - \text{цілі}, \quad (21)$$

де c_j – прибуток від реалізації одиниці продукції j -го виду;
 ϕ_{ij} – технологічний коефіцієнт, який характеризує продуктивність i -го технологічного способу щодо виробництва продукції j -го виду;

a_{ij} – технологічний коефіцієнт, який характеризує витрати ресурсу j -го виду при використанні базової технології i -го виду;

B_j – розмір ресурсного забезпечення ($j \in R_\mu$);
 d_j, D_j – нижня, верхня межі попиту на продукцію j -го виду;

R_ϕ – сукупність відтворюваних ресурсів;
 R_μ – сукупність не відтворюваних ресурсів (матеріальних, фінансових, енергетичних);

x_i – інтенсивність застосування i -го технологічного способу;

y_j – кількість виробництва продукції j -го виду.

У моделі (17) – (21) функцією мети слугує досягнення максимального прибутку від реалізації продукції.

Розглянемо модифікацію моделі Канторовича-Купманса з урахуванням можливості поєднання діючих із впровадженням нових технологій. Кожна технологія може застосовуватися для виробництва продукції однієї або де-

кількох номенклатурних груп з цілком визначеною структурою асортименту продукції для кожної з них.

Для того щоб впровадження нових технологій підвищувало конкурентоспроможність продукції підприємства на товарному ринку, необхідно застосовувати ефективні способи поєднання освоєних і нових технологій. Такі способи слід орієнтувати на виробництво продукції у запланованих обсягах та у межах ресурсних можливостей підприємства.

Для побудови економіко-математичної моделі поставленого завдання першочергово сформуємо функції мети, за допомогою яких будуть відображатися інтереси виробника продукції, споживачів та умови забезпечення сталого розвитку підприємства.

З точки зору підприємства як виробника продукції, метою є досягнення максимального прибутку від реалізації продукції ($F_5(x; y)$):

$$F_5(x; y) = \sum_{j \in J} \sum_{l \in L_{осв}} (P_j - V_{jl}) \times x_{jl} + \sum_{j \in J} \sum_{l \in L_{нов}} (P_j - V_{jl}) \times y_{jl} \rightarrow \max, \quad (22)$$

де V_{jl} – витрати на виробництво одиниці продукції j -ої номенклатурної групи за l -м технологічним способом ($j \in J$);

$L_{осв}, L_{нов}$ – сукупність освоєних, нових технологічних способів, відповідно;

x_{jl} – кількість виробництва продукції j -ої номенклатурної групи за l -м освоєним технологічним способом;

y_{jl} – кількість виробництва продукції j -ої номенклатурної групи за l -м новим технологічним способом.

З точки зору споживачів, бажаною є продукція вищої якості, на яку безумовний вплив має технологія виробництва, що формально відобразимо такою функцією мети ($F_6(x; y)$):

$$F_6(x; y) = \sum_{j \in J} \sum_{l \in L_{осв}} \alpha_{jl} \times x_{jl} + \sum_{j \in J} \sum_{l \in L_{нов}} \alpha_{jl} \times y_{jl} \rightarrow \max, \quad (23)$$

де α_{jl} – оцінка якості продукції j -ої номенклатурної групи, виготовленої за l -м технологічним способом.

З точки зору соціальної відповідальності підприємства щодо навколишнього середовища, кращою буде операційна діяльність, за якою досягається мінімальний негативний вплив на екосистему ($F_7(x; y)$):

$$F_7(x; y) = \sum_{j \in J} \sum_{l \in L_{осв}} g_{jl} \times x_{jl} + \sum_{j \in J} \sum_{l \in L_{нов}} g_{jl} \times y_{jl} \rightarrow \min, \quad (24)$$

де g_{jl} – оцінка негативного впливу від виробництва продукції j -ої номенклатурної групи за l -м технологічним способом.

Обмеження на планові значення обсягів виробництва продукції набуде такого вигляду:

$$Q_j^* = \sum_{l \in L_{осв}} P_j \times x_{jl} + \sum_{l \in L_{нов}} P_j \times y_{jl} \leq Q_j^{**}, \quad (25)$$

де Q_j^* – планове значення обсягу виробництва продукції j -ої номенклатурної групи;

Q_j^{**} – максимальна потреба споживачів у продукції j -ої номенклатурної групи.

Обмеження на виробничі потужності щодо виробництва продукції за кожним технологічним способом набуде вигляду:

$$\left\{ \begin{aligned} \sum_{j \in J} b_{jl} \times x_{jl} &\leq B_l, l \in L_{осв}, \\ \sum_{j \in J} b_{jl} \times y_{jl} &\leq B_l, l \in L_{нов}, \end{aligned} \right. \quad (26)$$

де b_{jl} – трудомісткість одиниці продукції j -ої номенклатурної групи при виробництві за l -м технологічним способом;

B_l – дійсний річний фонд часу роботи устаткування, що використовується за l -м технологічним способом.

Обмеження на витрати ресурсів r -го виду (основних матеріалів) при виробництві продукції j -ої номенклатурної групи представимо як співвідношення між плановими і нормативними витратами:

$$\frac{\sum_{l \in L_{осв}} a_{jlr} \times x_{jl} + \sum_{l \in L_{нов}} a_{jlr} \times y_{jl}}{\sum_{l \in L_{осв}} x_{jl} + \sum_{l \in L_{нов}} y_{jl}} \leq \bar{a}_{jr}, \quad (28)$$

де a_{jlr} – планові витрати ресурсу r -го виду на виробництво одиниці продукції j -ої номенклатурної групи за l -м технологічним способом;

\bar{a}_{jr} – середня норма (галузева, досягнута) витрат ресурсу r -го виду на виробництво одиниці продукції j -ої номенклатурної групи.

Обмеження (28) відображає умову раціонального використання основних матеріалів при виробництві продукції j -ої номенклатурної групи. Обмеження на витрати енергетичних ресурсів вводяться аналогічно до обмеження (28):

$$\frac{\sum_{l \in L_{осв}} c_{jlr} \times x_{jl} + \sum_{l \in L_{нов}} c_{jlr} \times y_{jl}}{\sum_{l \in L_{осв}} x_{jl} + \sum_{l \in L_{нов}} y_{jl}} \leq \bar{c}_{jr}, \quad (29)$$

де c_{jlr} – планові витрати енергетичних ресурсів r -го виду на виробництво одиниці продукції j -ої номенклатурної групи за l -м технологічним способом;

\bar{c}_{jr} – середня норма (галузева, досягнута) витрат енергетичних ресурсів r -го виду на виробництво одиниці продукції j -ої номенклатурної групи.

Значення змінних величин x_{jl}, y_{jl} повинні задовольняти умову їх невід'ємності

$$x_{jl} \geq 0; y_{jl} \geq 0, \quad (30)$$

що є обов'язковою умовою задачі оптимального планування.

Розв'язання завдання диверсифікації виробництва шляхом впровадження нових технологій за моделлю (22) – (30) дає змогу встановити доцільність та інтенсивність застосування освоєних і нових технологічних способів за значеннями питомої ваги виробництва певної продукції за відповідним технологічним способом, яка розраховується за формулою:

$$\frac{x_{jl}}{x_{jl} + y_{jl}} = d_{jl}, \quad (31)$$

де d_{jl} – питома вага виробництва продукції j -ої номенклатурної групи за l -м технологічним способом.

За незначного значення d_{jl} відповідний освоєний технологічний спосіб не рекомендується до застосування щодо виробництва продукції j -ої номенклатурної групи.

Висновки і перспективи подальших досліджень.

У статті розглянуто основні завдання та запропоновано дієві інструменти товарно-технологічної диверсифікації виробництва, а саме: модель розширення номенклатури продукції, багатокритеріальну модель оптимізації асор-

тименту продукції, модифіковану модель Канторовича-Купманса впровадження на підприємстві нових технологій виробництва при заданих обмеженнях на випуск продукції. Розроблені моделі належать до класу лінійних, детермінованих, оптимізаційних. Їх реалізація можлива в результаті використання стандартних програмних засобів (Excel). Подальші дослідження повинні спрямовуватися на формування інструментів диверсифікації виробництва шляхом впровадження нових видів виробництва.

ЛІТЕРАТУРА

1. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер, К. Келлер. – СПб.: Питер, 2009. – 816 с.
2. Проблеми і перспективи ринково-орієнтованого управління інноваційним розвитком : монографія / За ред. д. е. н., проф. Ілляшенка С. М. – Суми : ТД «Папірус», 2011. – 644 с.
3. Корінко М. Д. Диверсифікація: теоретичні та методичні основи : монографія / М. Д. Корінко. – К. : ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2007. – 486 с.
4. Трубочанин В. В. Диверсификация производства на промышленных предприятиях: концепции, методы, модели : монография / В. В. Трубочанин; НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти. – Донецк : Апекс, 2010. – 315 с.
5. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / С. С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2002. – 705 с.
6. Крикавський Є. В. Промисловий маркетинг : підручник / Є. В. Крикавський, Н. І. Чухрай. – Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2004. – 472 с.
7. Рождественська Л. Г. Статистика ринку товарів і послуг : навч. посіб. / Л. Г. Рождественська. – К. : КНЕУ, 2005. – 419 с.
8. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования: практическое руководство / Н. К. Малхотра ; [пер. с англ.]. – 3-е изд. – М. : Вильямс, 2002. – 960 с.
9. Ресурсономіка: теоретичні та прикладні аспекти / Б. М. Андрушків, І. П. Вовк, Ю. Я. Вовк, В. А. Паляница та ін. – Тернопіль : ТЗОВ «Терно-граф», 2012. – 456 с.
10. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків : підручник / А. О. Старостіна. – К. : ТЗОВ «Лазарит-Поліграф», 2012. – 480 с.
11. Моделі і методи соціально-економічного прогнозування : підручник / В. М. Геєць, Т. С. Клебанова, О. І. Черняк, В. В. Іванов та ін. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2004. – 184 с.
12. Вітлінський В. В. Моделювання економіки : навч. посіб. / В. В. Вітлінський. – К. : КНЕУ, 2003. – 408 с.
13. Економіко-математичне моделювання : навч. посіб. / Р. В. Фещур [та ін.]; за ред. Р. В. Фещура. – Львів : Бухгалтерський центр «Ажур», 2010. – 340 с.
14. Фещур Р. В. Математичне моделювання задач планування продукції / Р. В. Фещур // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг та логістика в системі менеджменту». – 1996. – С. 220 – 223.
15. Кривуля П. В. Адаптація моделі Марковица к условиям формирования ассортимента продукции предприятия / П. В. Кривуля // Прометей : Региональный сб. науч. трудов по экономике. – 2003. – Вып. 11. – С. 246 – 253.
16. Шарп У. Инвестиции : учебник / У. Шарп, А. Дж. Гордон, Дж. В. Бейли. – М. : Инфра – М, 2003. – 1028 с.
17. Мазуренко О. Р. Упровадження автоматизованих систем оптимізації продукції машинобудівних підприємств як один із напрямів диверсифікації діяльності підприємств /

О. Р. Мазуренко // Економічний вісник Донбасу. – 2012. – № 2 (28). – С. 118 – 124.

18. Маслак О. І. Інноваційні орієнтири розвитку промисловості України / О. І. Маслак // Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. – 2011. – Вип. 5 (70). – С. 131 – 136.

19. Кузьмін О. Є. Технологія вибору виробничих стратегій для машинобудівних підприємств / О. Є. Кузьмін, Н. Я. Петришин // Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». – Львів : Вид-во Львівської політехніки. – 2009. – № 647. – С. 92 – 99.

REFERENCES

Andrushkiv, B. M. et al. Resursonomika: teoretychni ta prykladni aspekty [Resursonomika: theoretical and applied aspects]. Ternopil: Terno-hraf, 2012.

Feshchur, R. V. et al. Ekonomiko-matematychni modeliuvannia [Economic modeling]. Lviv: Bukhhalterskyi tsentr «Azbur», 2010.

Feshchur, R. V. "Matematychni modeliuvannia zadach planuvannia produktsii" [Mathematical modeling product planning tasks]. Marketynh ta lohystyka v systemi menedzhmentu. , 1996.220-223.

Harkavenko, S. S. Marketynh [Marketing]. Kyiv: Libra, 2002.

Heiets, V. M. et al. Modeli i metody sotsialno-ekonomichnoho prohnouzuvannia [Models and methods of social and economic forecasting]. Kharkiv: INZhEK, 2004.

Krykavskiy, Ye. V., and Chukhray, N. I. Promyslovyyi marketynh [Industrial marketing]. Lviv: Lvivska politekhnikha, 2004.

Kotler, F., and Keller, K. Marketing. Menedzhment [Marketing. Management]. St. Petersburg: Piter, 2009.

Korinko, M. D. Dyversyfikatsiia: teoretychni ta metodychni osnovy [Diversification: theoretical and methodological foundations]. Kyiv: Instytut aharnoi ekonomiky, 2007.

Krivulia, P. V. "Adaptatsiia modeli Markovitsa k usloviiam formirovaniia assortimenta produktsii predpriatiia" [Markowitz model adaptation to the conditions of formation of the product range of the enterprise]. Prometey, no. 11 (2003): 246-253.

Kuzmin, O. Ye., and Petryshyn, N. Ya. "Tekhnolohiia vyboru vyrobnychkh stratehii dlia mashynobudivnykh pidpriemstv" [Technology selection strategies for industrial engineering companies]. Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnikha» : «Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku», no. 647 (2009): 92-99.

Malkhotra, N. K. Marketingovyie issledovaniia: prakticheskoe rukovodstvo [Marketing Research: A Practical Guide]. Moscow: Viliams, 2002.

Mazurenok, O. R. "Uprovadzhennia avtomatyzovanykh system optymizatsii produktsii mashynobudivnykh pidpriemstv iak odyin iz napriamiv dyversyfikatsii diialnosti pidpriemstv" [Introduction of automated optimization of production. engineering companies as one of the areas of diversification of enterprises]. Ekonomichnyi visnyk Donbasu, no. 2 (28) (2012): 118-124.

Maslak, O. I. "Innovatsiini oriientyry rozvytku promyslovosti Ukrainy" [Innovative industry benchmarks Ukraine]. Visnyk KrNU imeni Mykhaila Ostrohradskoho, no. 5 (70) (2011): 131-136.

Problemy i perspektyvy rynkovo-oriientovanoho upravlinnia innovatsiinym rozvytkom [Problems and prospects of market-oriented management innovation]. Sumy: Papirus, 2011.

Rozhdiestvenska, L. H. Statystyka rynku tovariv i posluh [Statistics of goods and services]. Kyiv: KNEU, 2005.

Sharp, U., Gordon, A. Dzh., and Beyli, Dzh. V. Investitsii [Investments]. Moscow: Infra - M, 2003.

Starostina, A. O. Marketynhovi doslidzhennia natsionalnykh i mizhnarodnykh rynkiv [Marketing researches national and international markets]. Kyiv: Lazaryt-Polihraf, 2012.

Trubchanin, V. V. Diversifikatsiia proizvodstva na promyshlennykh predpriatiakh: kontseptsii, metody, modeli [Diversification of production in industrial enterprises: concepts, methods, models]. Donetsk: Apeks, 2010.

Vitlinskyi, V. V. Modeliuvannia ekonomiky [Simulation economy]. Kyiv: KNEU, 2003.

УДК 334.716

РЕСУРСНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІНТЕГРОВАНИХ СТРУКТУР БІЗНЕСУ

© 2015 КОСАТА І. А.

УДК 334.716

Косата І. А.

Ресурсний підхід до визначення конкурентоспроможності інтегрованих структур бізнесу

Вирішення проблем підвищення конкурентоспроможності вітчизняних інтегрованих структур бізнесу в сучасних умовах посилення негативного впливу світової фінансово-економічної кризи нерозривно пов'язане із забезпеченням ефективного використання наявних ресурсів суб'єктами господарювання. При цьому виникає необхідність створення нових підходів до оцінки умов, обґрунтування особливостей, визначення цілей та напрямків інтеграційних процесів, форм взаємодії суб'єктів господарювання, оцінки ступеня їх інтеграції, встановлення особливостей функціонування інтегрованих структур бізнесу на різних стадіях життєвого циклу та оцінка їх конкурентоспроможності. У статті розроблено ресурсний підхід до визначення конкурентоспроможності інтегрованих структур бізнесу.

Ключові слова: ресурсний підхід, інтегровані структури бізнесу, конкурентоспроможність

Рис.: 1. **Табл.:** 2. **Бібл.:** 14.

Косата Інна Анатоліївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри статистики, обліку та аудиту, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

Email: kosataya@ukr.net

УДК 334.716

UDC 334.716

Косатая И. А. Ресурсный подход к определению конкурентоспособности интегрированных структур бизнеса

Решение проблем повышения конкурентоспособности отечественных интегрированных структур бизнеса в современных условиях усиления негативного влияния мирового финансово-экономического кризиса неразрывно связано с обеспечением эффективного использования имеющихся ресурсов субъектами хозяйствования. При этом возникает необходимость создания новых подходов к оценке условий, обоснованию особенностей, определению целей и направлений интеграционных процессов, форм взаимодействия субъектов хозяйствования, оценке степени их интеграции, установлению особенностей функционирования интегрированных структур бизнеса на разных стадиях жизненного цикла и оценка их конкурентоспособности. В статье разработан ресурсный подход к определению конкурентоспособности интегрированных структур бизнеса.

Ключевые слова: ресурсный подход, интегрированные структуры бизнеса, конкурентоспособность

Рис.: 1. **Табл.:** 2. **Библ.:** 14.

Косатая Инна Анатольевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры статистики, учета и аудита, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина (пл. Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина)

Email: kosataya@ukr.net

Kosata I. A. The Resource Approach to Determining the Competitiveness of Integrated Business Structures

Solving problems of increasing the competitiveness of domestic integrated business structures under the current conditions of increasing impact of the global financial and economic crisis is inextricably linked to the effective use of available resources by business entities. This raises the need for creating new approaches to assessing the conditions, justification of characteristics, definition of the goals and directions of the integration processes, forms of cooperation between economic entities, assessing the degree of integration, establishing the functioning of integrated business structures at different stages of the life cycle and assessing their competitiveness. In the article the resource approach to determining the competitiveness of integrated business structures has been developed.

Key words: resource approach, integrated business structure, competitiveness

Pic.: 1. **Tabl.:** 2. **Bibl.:** 14.

Kosata Inna A. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor, Department of Statistics, Accounting and Auditing, V. N. Karazin Kharkiv National University (pl. Svobody, 4, Kharkiv, 61022, Ukraine)

Email: kosataya@ukr.net