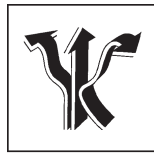


МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

НАУКОВІ ПРАЦІ МАУП

Засновано у 2001 р.

Випуск 50 (3–2016)

Київ
ДП «Видавничий дім «Персонал»
2016

Редакційна колегія

Курко М. Н., д-р юрид. наук, проф. — головний редактор

Головатий М. Ф., д-р політ. наук, проф. — заступник головного редактора

Ігнатченко А. А., канд. техн. наук — відповідальний редактор

Політичні науки

Антонюк О. В., д-р політ. наук, проф., Бабкіна О. В., д-р політ. наук, проф., Бідзюра І. П., д-р політ. наук, Варзар І. М., д-р політ. наук, проф., Головатий М. Ф., д-р політ. наук, проф., Гончаренко О. М., д-р іст. наук, Мелков Ю. О., д-р філос. наук, доц., Піляєв І. С., д-р політ. наук, Попов В. Ж., д-р іст. наук, проф., Сурмін Ю. П., д-р соціол. наук, проф., Хижняк І. А., д-р іст. наук, проф., Шуба О. В., д-р політ. наук, проф.

Юридичні науки

Александров Ю. В., канд. юрид. наук, проф., Ануфрієв М. І., д-р юрид. наук, проф., Бандурка О. О., д-р юрид. наук, проф., Бородин І. Л., д-р юрид. наук, проф., Гаркуша В. С., канд. юрид. наук, доцент, Демченко С. Ф., д-р юрид. наук, Джунь В. В., д-р юрид. наук, проф., Ковальська В. В., д-р юрид. наук, ст. наук. співр., Корнієнко М. І., канд. юрид. наук, проф., Курко М. Н., д-р юрид. наук, проф., Мартиненко О. А., д-р юрид. наук, проф., Муравйов К. В., канд. юрид. наук, доц., Недюха М. П., д-р філос. наук, проф., Подоляка А. М., д-р юрид. наук, проф., Романенко Є. О., д-р наук з держ. упр., доц., Темченко В. І., канд. юрид. наук, доц., Хрис-

тинченко Н. П., канд. юрид. наук, Юлдашев О. Х., д-р юрид. наук, проф., Ярмиш О. Н., д-р юрид. наук, проф.

Економічні науки

Захожай В. Б., д-р екон. наук, проф., Дахно І. І., д-р екон. наук, проф., Дмитренко Г. А., д-р екон. наук, проф., Куроченко О. В., д-р екон. наук, проф., Пила В. І., д-р екон. наук, проф., Радзієвський О. І., д-р екон. наук, Федоренко В. Г., д-р екон. наук, проф., Шостак Л. Б., д-р екон. наук, проф., Швець В. Я., д-р екон. наук, проф., Баєва О. В., д-р біол. наук, проф., Сафонова В. Є., д-р екон. наук, Хачатрян Г. Е., д-р екон. наук.

Педагогічні та психологічні науки

Чернуха Н. М., д-р пед. наук, проф., Юник Д. Г., д-р пед. наук, проф., Кучерявий О. Г., д-р пед. наук, проф., Рижиков В. С., д-р пед. наук, доц., Ельбрехт О. М., д-р пед. наук, доц., Гуменникова Т. Р., д-р пед. наук, доц., Добрянський І. А., д-р пед. наук, проф., заслужений працівник освіти України, Анісімов М. В., д-р пед. наук, проф., Балл Г. А., д-р психол. наук, проф., Лігоцький А. О., д-р пед. наук, проф., Ложкін Г. В., д-р психол. наук, проф., Приходько Ю. О., д-р психол. наук, проф., Синьов В. М., д-р пед. наук, проф., Чернуха Н. М., д-р пед. наук, проф., Чуприков А. П., д-р мед. наук, проф., Бучек А. О., д-р психол. наук, проф.

Рекомендовано до друку Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом (протокол № 10 від 28 вересня 2016 р.)

Міжрегіональна Академія управління персоналом.

М58 Наукові праці МАУП / редкол.: М. Н. Курко (голов. ред.) [та ін.]. — К. : МАУП, 2001. — Вип. 50 (3–2016). — К. : ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. — 212 с.: іл. — Бібліогр. в кінці ст.

У збірнику наукових праць публікуються статті науковців, які займаються проблемами розвитку політології, права і економіки.

Для науковців, викладачів, студентів, а також усіх, кого цікавить розвиток науки в Україні.

Збірник “Наукові праці МАУП” за наказом Міністерства освіти і науки України від 09.03.16 № 241 визнано як фахове видання з політичних наук (дата включення 26.05.10), юридичних наук (дата включення 31.05.11), економічних наук (дата включення 21.11.13).

ББК 65.9(4УКР)29-2я43+67.9(4УКР)я43

ЗМІСТ

ЗВЕРНЕННЯ ДО ЧИТАЧІВ	5	Лебеденко С. Б. Проблема ядерної безпеки на Корейському півострові у зовнішній політиці США	67
ПОЛІТИЧНІ НАУКИ	7	ЮРИДИЧНІ НАУКИ	73
Гула Р. В. “Русский мир” — фантом чи реальність? Аспекти політологічного аналізу	7	Ануфрієв М. І. Адміністративно-правовий статус військово-цивільних адміністрацій в зоні проведення антитерористичної операції	73
Бондар Ю. В. Царське діло	15	Литвиненко В. І. Інтерактивність податкового обміну як механізм ефективності запобігання та протидії корупції в Україні	77
Ткач Д. І. Взаємодія церкви та політики (аналіз угорського досвіду)	23	Подоляка С. А. Особливості методологічного підходу в рамках дослідження прокуратури як суб’єкта адміністративного процесу	83
Гольцов А. Г. Міжнародні регіональні студії: геополітичні аспекти	29	Стасюк С. В. Інформаційний компонент ефективності взаємовідносин правової держави та платників податків	90
Колісниченко Р. М. Економічна складова глобалістичної свідомості у світлі аналізу класифікацій країн світу	36	Беляй О. І. Щодо актуальності розбудови методологічних засад дослідження розвитку інформаційного суспільства та інформаційного законодавства	96
Савойська С. В. Комунікативна політика Фінляндії в якості мовного досвіду для сучасної України	42	Іванов Д. В. Еволюція інституту суспільного телебачення і радіомовлення у Польщі, перспектива майбутніх трансформацій	100
Ткач Д. І., Цибух В. І. Туризм як важливий чинник соціально-культурного розвитку держави (на прикладі досвіду Угорщини та Греції)	48	Ляшенко О. В. Акцесорність поруки за римським правом	104
Ванчев І. В. Концептуальне конституювання прав людини: теоретико-методологічний аспект	53	ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ	110
Климков І. І. Електронна демократія та формування ціннісно-сміслових орієнтирів сучасного світу	57	Літвінов О. П., Логвінов Ю. В. Динаміка розвитку транспортного менеджменту і логістики	110
Кметик С. В. Фактори, що сприяють інноваційному розвитку вищої освіти у сучасному світі: парадигмальні особливості	63		

Резнік Н. П.

Особливості функціонування вітчизняного
біржового товарного ринку
у сучасних умовах 115

Баєв В. В.

Класифікація медичного туризму
в умовах глобалізації міжнародного
медичного простору 119

Дубовкіна М. Ю., Зінченко С. Г.

Інвестування та синергія в транспортних
системах морського порту 126

Слободяник А. М.

Сучасний стан похідних фінансових
інструментів на світових біржових ринках 130

Бояджиєв Т. І.

Теоретичні аспекти формування свідомої
поведінки споживача у процесі
реалізації товарів та надання послуг 136

Зур'ян О. В.

Економічна сутність та класифікація
фінансових ризиків 141

Котляров В. О.

Інвестиційно-інтеграційна діяльність
агропромислового комплексу України
в сучасних ринкових умовах 147

Стефен Сінікієм Азаїкі І.

Бідність по-українськи в контексті
світової бідності: спільне і особливе 151

Чжан Лу

Економічний пояс Шовкового шляху:
історія, розвиток, перспективи 154

Захожай В. Б., Братусь Г. А.

Методичні засади формування стратегії
підвищення ефективності діяльності
промислових підприємств 159

Братусь Г. А.

Методичний підхід до розробки збалансованої
оцінки ефективності діяльності сучасних
промислових підприємств 165

ПЕДАГОГІЧНІ НАУКИ 171**Sorokin I. I., Chernukha N. M.,**

Yanyuk L. V.
*Integrity of modern educational environment:
response to the challenge of time* 171

Bakhov I. S.

*Theoretical foundations of the university
policultural education* 176

Aslanov G. A.

*Value attitude to health as a priority
of successful life self-realization
of modern personality* 181

Golovach N. V.

*Pedagogical conditions of successful
professional adaptation of students in the process
of professional training* 187

Zakharova A. S.

*Special aspects in foreign language
professional education of philology students
in Ecuador* 192

Shtroble V. V.

*Peculiarities of forming preparadness
for future psychologists to develop creativity
in the consultative interaction by means
of training exercises* 198

Гончаренко Є. Ю.

*Лексико-граматична концептуалізація
ділового мовлення та аспектний переклад
з німецької мови* 202

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ 207

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Наукові праці МАУП, 2016, вип. 50(3), с. 159–164

Розглянуто сутність та обґрунтовано основні методологічні засади формування та реалізації стратегії підвищення ефективності підприємств як стратегічного напрямку їх подальшого розвитку.

В останні два десятиріччя багато підприємств України зіштовхнулися з цілим рядом непростих проблем, породжених стрімкими і часто непередбаченими змінами на ринку. Деякі підприємства шукають порятунку в урізанні витрат, скороченні обсягів виробництва і чисельності персоналу, а також шляхом реорганізації своєї організаційної структури. Ці заходи іноді приводять до бажаного результату, але, зазвичай, короткочасному. Розв'язати ці проблеми і забезпечити стабільне зростання доходів можна лише за допомогою нового підходу до аналізу попиту та пропозиції. Таким підходом є стратегія підвищення ефективності діяльності підприємств.

Основна мета статті — обґрунтування значущості та формування методичного інструментарію стратегії підвищення ефективності промислових підприємств України як стратегічного напрямку розвитку їх діяльності у майбутньому.

На сьогодні в науковій літературі приділяється велика увага дослідженню стратегічних напрямів розвитку підприємств, поряд з цим відсутній єдиний погляд щодо сутності поняття “стратегія”. А. А. Томпсон, А. Дж. Стрікланд [8], М. Мексон, М. Хедуорі, Ф. Альберт [6] трактують стратегію як “план управління”. Деякі автори прирівнюють стратегію до “комплексу певних рішень”, яких повинно дотримуватись підприємство у своїй діяль-

ності (І. Ансофф [1], П. Дойль [4], У. Кінг, Д. Кліланд [5]). Також науковці розглядають стратегію як “модель” (Н. А. Хрущ [9], Б. Карлоф [10]) або як “напрямок розвитку” (О. С. Виханський [3], Є. А. Бельтюков, Л. А. Некрасова [2]).

У сучасній літературі зустрічаються поняття “ринкова стратегія”, “стратегія маркетингу”, “економічна стратегія”. Сутність стратегії підвищення ефективністю взагалі не визначена, принципи її розробки та методи реалізації залишаються також дискусійними, що є серйозною перешкодою для розробки необхідного методологічного апарату.

Під стратегією ефективності підприємств, на нашу думку, слід розуміти систему довгострокових цільових установок, спрямованих на збільшення ефекту (результату) за допомогою раціонального та збалансованого використання економічного потенціалу у коротко- та довгостроковому періодах.

Головним фактором, що зумовлює необхідність застосування цієї стратегії, є забезпечення повної відповідності фактичних показників діяльності підприємств та їх тактичних дій стратегічним цілям.

Основні етапи процесу формування стратегії підвищення ефективності підприємства наведено на рис. 1.

Таким чином, розробка стратегії підвищення ефективності промислових підприємств

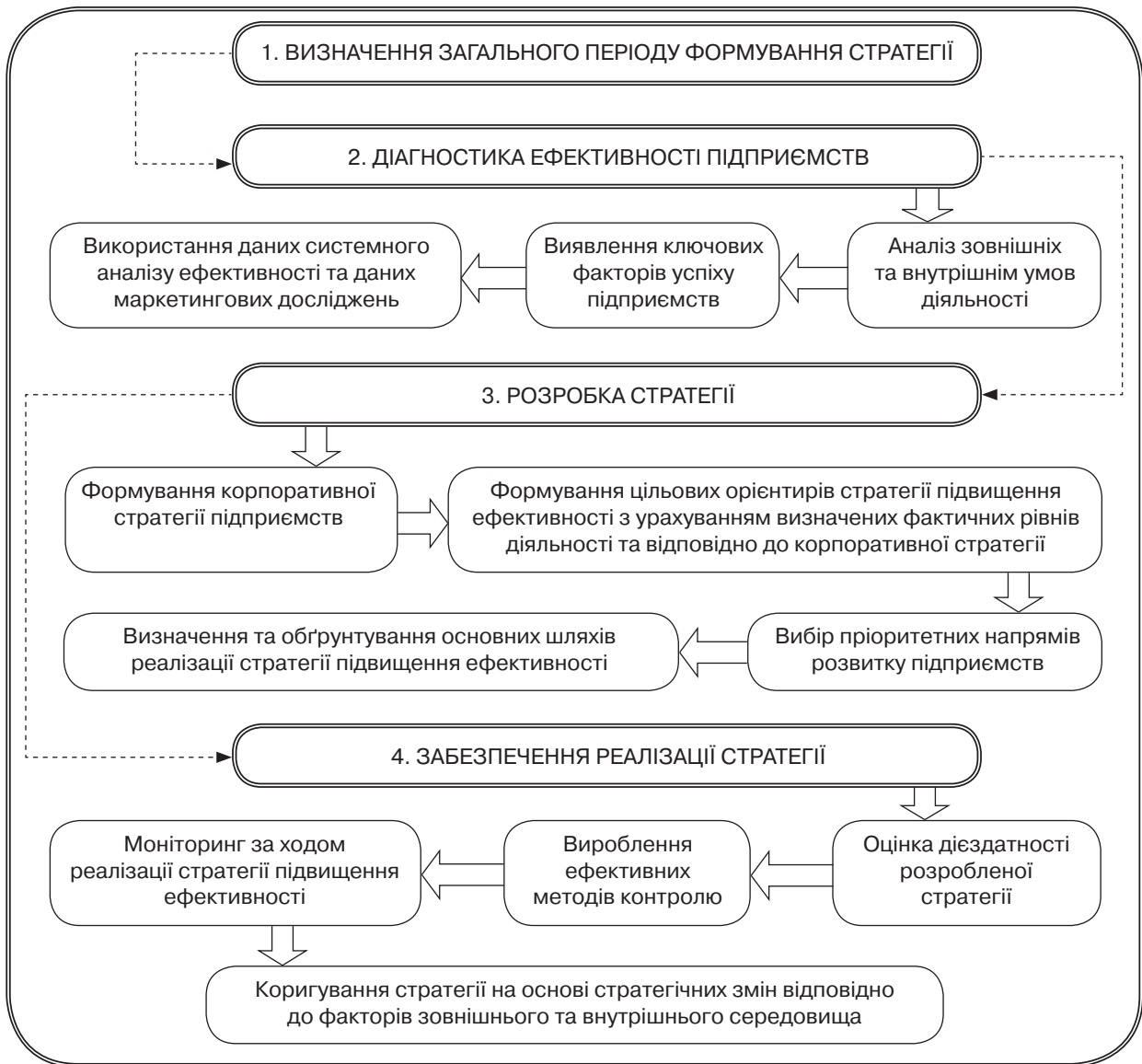


Рис. 1. Схема процесу формування стратегії підвищення ефективності діяльності промислових підприємств

емств починається із визначення загальних стратегічних напрямів розвитку підприємств або їх корпоративної стратегії, виходячи з оцінки їх наявних або потенційних можливостей і забезпеченості відповідними ресурсами.

Вибору стратегії розвитку підприємств передуює аналіз бізнес-портфеля. Очевидно, що напрям розвитку системи залежить від великої кількості факторів (ключових факторів успіху). Тому для точного вимірювання потенціалу кожного з учасників у складі системи мають братися до уваги не одиничні фак-

тори, а сукупність індикаторів, узагальнених певними інтегральними показниками [8].

Наступним кроком є ранжування потенційних параметрів у рамках відповідних груп. Вибір стратегічної позиції (стратегії подальшого розвитку) підприємств, на нашу думку, доцільно проводити у межах системи учасників “споживач-підприємство-партнер”. Фактично стратегія розвитку є аналогією стратегії зростання Ансоффа і Котлера, на основі якої нами формується стратегія підвищення ефективності. На рис. 2 подано принципову схему формування стратегій системи управ-

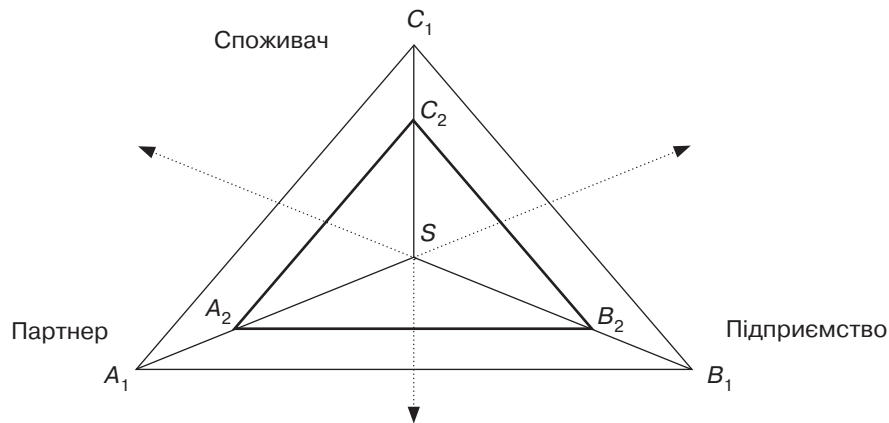


Рис. 2. Принципова схема формування стратегій системи управління розвитком ефективної діяльності промислового підприємства

ління розвитком ефективної діяльності, яка демонструє пряму залежність формування стратегії від рівня розвитку елементів системи.

Так, стратегія — це вершина трикутної піраміди, основами якої є відносини між елементами системи (точки A_1 , B_1 , C_1 та A_2 , B_2 , C_2). Три вектори розвитку учасників системи окреслюють спрямування їх до партнерства, сходяться в єдиній точці S , що є вершиною піраміди. Нахил піраміди у певний бік свідчить про нерівномірність розвитку системних елементів, підкреслює більш активну участь у створенні та використанні переваг системи одних сторін і менш активну — інших (піраміда з вершинами A_2 , B_2 , C_2 — створення стратегій активними учасниками; з вершинами A_1 , B_1 , C_1 — зображено прикордонний, почат-

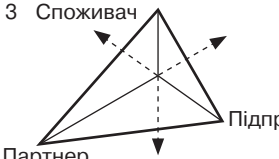
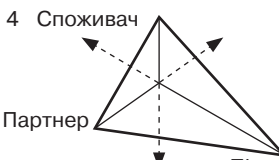
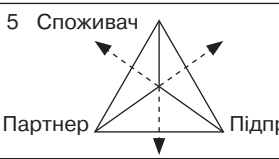
ковий стан системи). Умовна висота піраміди є інтегральним показником, що демонструє шлях сторін до побудови партнерських відносин [7; 8].

У підсумку отримуємо тривимірну систему стратегій за двома рівнями (активними і неактивними), що дає такі можливі комбінації, кожна за яких відповідає особливій стратегічній позиції: інтенсивне зовнішнє зростання підприємства + глобальний розвиток ринку; розвиток товару + інтеграція чи кооперація; стратегія “втягування ринком” + проникнення на ринок; розвиток технологій; розвиток ринку + концентрична диверсифікація, або інтеграція; розвиток товару + розвиток підприємства; розвиток ринку; проникнення на ринок + забезпечення виживання (табл. 1) [8].

Таблиця 1

Рекомендовані стратегії ефективності в межах системи “споживач-підприємство-партнер”

Різновиди системи	Стратегія ефективності	Встановлені стратегічні задачі
1	2	3
1 Споживач Партнер Підпр.	Інтенсивне зовнішнє зростання підприємств + глобальний розвиток ринку	Проникнення і забезпечення стійкого розвитку на ринку (розвиток і впровадження інновацій, нових методів в управлінні, забезпечення навчання персоналу). Збільшення частки ринку, забезпечення контролю над усіма етапами ланцюга
2 Споживач Партнер Підпр.	Розвиток товару + інтеграція чи кооперація	Удосконалення контролю поставок, підвищення рівня обслуговування та якості продукції, розширення первісного попиту, боротьба за прихильність споживачів. Зміцнення зв'язків з представниками влади на основі участі у формуванні бюджету в напрямку підтримки підприємств

1	2	3
3 Споживач  Партнер	Стратегія “втягування ринком” + концентрична диверсифікація, або інтеграція	Організація та раціоналізація ринку: стимулювання діяльності партнерів, завоювання нових потенційно прибуткових сегментів; удосконалення роботи системи збуту на новому ринку; створення сприятливих умов у фінансовій та інноваційній сферах
4 Споживач  Партнер	Розвиток технологій + розвиток підприємства	Пошук та впровадження інноваційних технологій для задоволення вимог споживачів, забезпечення скоординованості виробничого процесу, зниження ризику господарської діяльності, забезпечення процесу зниження бар'єрів для виходу на ринок
5 Споживач  Партнер	Забезпечення виживання	Збільшення частки ринку, поліпшення фінансового стану

Ця концепція передбачає достатньо широку сферу застосування і є гнучким методом формування стратегій, оскільки індикатори розрахунку інтегральних показників можливостей і перспектив учасників системи визначаються з конкретних ситуацій, конкретного сценарію розвитку зовнішнього середовища.

Успіх досягнення стратегії залежить як від самої діючої стратегії, так і від її ефективної реалізації.

На рис. 3 подано показники успішної реалізації стратегії підвищення ефективності за трьома векторами, що відповідають елементам системи “споживач-підприємство-партнер”, та окреслюють напрями розвитку

в процесі циклу стратегічного управління. Наведені індикатори відповідають основним умовам (критеріям досягнення успіху): достатність щодо конкретних результатів та цілей; фактичність та об'єктивність; достовірність та базування на доступних даних.

Так само як на етапах планування, на етапі реалізації забезпечується здійснення проактивної поведінки підприємств у визначених напрямках діяльності, що виражається у проведенні поруч з необхідними тактичними кроками, спрямованими на поетапну реалізацію стратегії, упереджувальних дій щодо суб'єктів ринку, спрямованих на виконання стратегії підвищення ефективності. Після

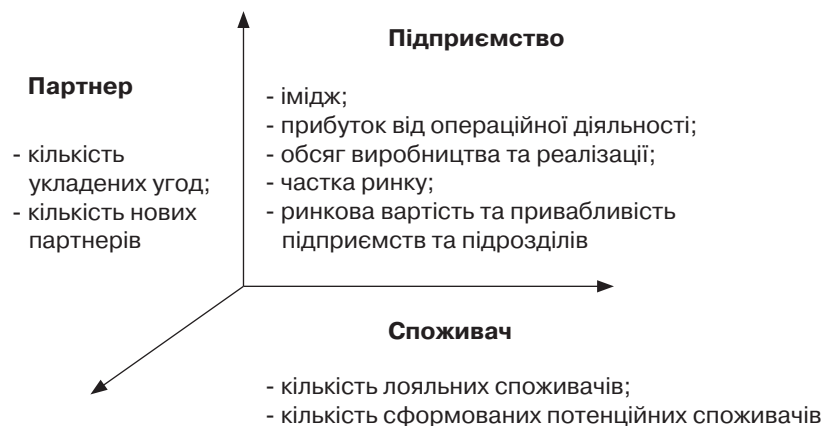


Рис. 3. Показники успішної реалізації стратегії підвищення ефективності діяльності промислових підприємств

співвідношення реальних і прогнозних показників робиться висновок щодо успішної чи неуспішної реалізації стратегії та приймаються відповідні управлінські рішення, характер яких залежить від результату цього висновку [7; 8].

У табл. 2 наведено план відповідних стратегічних рішень і задач із формування стратегії, за допомогою яких підприємства можуть досягти своїх стратегічних цілей.

Припинення дії планів з реалізації стратегії підвищення ефективності і досягнення стратегічних цілей є знаком завершення повного циклу стратегічного управління і початком його нового оберту.

Після співвідношення реальних і прогнозних показників робиться висновок щодо успішної чи неуспішної реалізації стратегії та приймаються відповідні управлінські рішення, характер яких залежить від результату цього висновку.

Таким чином, наведену систему стратегічного інструментарію щодо підвищення ефективності слід розглядати як програму,

що спрямовує діяльність промислових підприємств протягом тривалого періоду часу в напрям ефективного функціонування, враховуючи, що конфліктна і постійно мінлива соціально-економічна, психологічна обстановка робить постійні коригування в системі, а її взаємодія із зовнішнім середовищем є неминучою, оскільки воно здатне породжувати процеси цілеспрямованих перетворень, зокрема формувати ринок щодо позитивного сприйняття продукції підприємств безпосередніми споживачами, від думки яких залежить успіх функціонування підприємств загалом.



Література

1. Ансофф І. Стратегическое управление [сокр. пер. с англ.] / Игорь Ансофф; [науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко]. — М.: Экономика, 1989. — 519 с.
2. Бельтюков Е. А. Выбор стратегии развития предприятия / Е. А. Бельтюков, Л. А. Некрасова. — Одесса: НОПУ, 2002. — 279 с.
3. Виханский О. С. Стратегическое управление / О. С. Виханский. — М.: Гардарики, 2001. — 240 с.

Таблиця 2

План типових програмних рішень з реалізації стратегії підвищення ефективності підприємств

Рішення щодо реалізації стратегії	Проактивні дії у рамках функціонування системи “споживач– підприємства–партнер”
Визначення пріоритетів щодо споживачів	Оцінка рівня впровадження маркетингового підходу до здійснення стратегічного управління; вибір цільових сегментів ринку; краще задоволення потреб основних споживачів; фіксування тенденцій соціальних та демографічних змін; оцінка сегментів з погляду їх привабливості для подальшої діяльності та щодо сприйняття споживачами діяльності підприємств
Визначення пріоритетів щодо конкурентів	Аналіз діяльності конкурентів, оцінка їх сильних і слабких сторін, прогнозування можливих дій та реакцій конкурентів, розмежування конкурентів – потенційних партнерів і конкурентів – суперників; контакти зі споживачами, іншими партнерами
Визначення пріоритетів щодо потенціальних партнерів	Впровадження функцій маркетингу з усунення поточних і попередження прогнозованих проблем і суперечностей між підприємствами і їх контрагентами; визначення ставлення до потенційних партнерів через відповідність створеному іміджу
Ставлення до продукції	Відстеження змін у соціальних цінностях; формування і розвиток нових якостей товарів згідно з очікуваннями споживачів; підтримання іміджу власної продукції
Рішення щодо ресурсів	Декларування загального обсягу грошових коштів, які використовуються для реалізації стратегії, головних джерел їх надходжень
Визначення контрольних точок стратегії	Визначення найбільш суттєвих для реалізації стратегії факторів, розрахунок їх проміжних показників, які мають бути досягненні у коротко-строковому плані, визначення термінів їх контролю

4. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика / П. Дойль. — СПб.: Питер, 1999. — 485 с.

5. Кинг У. Стратегическое планирование и хозяйственная политика / У. Кинг, Д. Клиланд; общ. ред. и предисл. Г. Б. Кочеткова, [пер. с англ.]. — М.: Прогресс, 1982. — 399 с.

6. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури [пер. с англ.]. — 2-е изд. — М.: Дело, 2004. — 799 с.

7. Райко Д. В. Стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності: методологія та організація: [монографія] / Д. В. Райко. — Х.: ВД “Інжек”, 2008. — 632 с.

8. Садеков А. А., Братусь Г. А. Обґрунтування стратегічних напрямків підвищення ефективності діяльності підприємств військової торгівлі України / А. А. Садеков, Г. А. Братусь // Сталий розвиток економіки. Всеукр. на-ук.-вироб. журн. — 2012. — № 5. — С. 238–242.

9. Стратегії підприємства: сутність, принципи формування та класифікація / Н. А. Хрущ // Вісн. технологічного ун-ту Поділля. Екон. науки. — 2004. — № 6. — С. 126–131.

10. Томпсон-мл. А. А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа / А. А. Томпсон-мл., А. Дж. Стрикленд III; [пер. с англ.]. — К.: Вильямс, 2003. — 280 с.

Запропоновано методичний підхід щодо вибору стратегії підвищення ефективності діяльності промислових підприємств, який розроблено у межах системи “споживач–підприємство–партнер” та дає змогу сформувати стратегічні альтернативи розвитку підприємств за допомогою кількісно визначеної стратегічної позиції.

The methodical approach of choosing a strategy of improving the efficiency of industrial enterprises is proposed. It is designed within the system of “consumer–enterprise–partner” and allows to create the strategic alternatives of enterprise using the quantified strategic position

Предложен методический подход к выбору стратегии повышения эффективности деятельности промышленных предприятий, который разработан в рамках системы “потребитель–предприятие–партнер” и дает возможность сформировать стратегические альтернативы развития предприятий с помощью количественно определенной стратегической позиции.

Надійшла 15 вересня 2016 р.