

допоможе подолати диспропорції у розвитку міжгалузевих і міжрегіональних господарських комплексів та окремих галузей.

Висновки. Таким чином, при розробці концепції потрібно враховувати, що стратегічне планування соціально-економічного розвитку регіону не є методом, спрямованим на задоволення разових поточних кон'юктур. Стратегічне планування повинно стати системним процесом, який ініціюється і підтримується, насамперед, місцевою політичною владою і економічними товариствами. Стратегічне планування сьогодні виступає як функція стратегічного проектного менеджменту і стає одним з головних інструментів державного управління. Також стратегія розвитку регіону не повинна бути адміністративним регламентом, директивою, яка доводиться зверху. Вона повинна узгоджуватись між органами виконавчої влади, комерційними структурами і різними громадськими організаціями та являти собою багатовекторну домовленість на здійснення конкретних заходів щодо підвищення ефективності спільної діяльності у різних сферах соціально-економічного розвитку регіону. Зазначені у стратегії цілі і завдання повинні бути стратегічно важливими у більшій степені для населення регіону, ніж для органів влади.

Література

1. Лендьял М. Інституційний механізм реалізації регіональної політики в країнах Центрально-Східної Європи // Регіональна політика в країнах Європи. Уроки для України. – К., 2000. – С. 62–98.
2. Панова В. Парадигма "нового регіоналізму" в Європейському Союзі [Електронний ресурс]/ В. Панова. – Режим доступу : <http://www.viche.info/journal/1022/>.
3. Кокошин А.А. О стратегическом планировании в политике / Кокошин А.А. – М. : КомКнига, 2007. – 224 с.
4. Раевский С.В. Концептуальные основы управления процессом стабилизации и развития экономики крупного региона / Раевский С.В. – М. : СОПС, 2004. – 112 с.
5. Фетисов Г.Г. Региональная экономика и управление : [учебник] / Г.Г. Фетисов, В.П. Орешин. – М. : Инфра-М., 2007. – 416 с.
6. Жаліло Я. А. Теорія та практика формування ефективної економічної стратегії держави : [монографія] / Я.А. Жаліло. – К. : НІСД, 2009. – 336 с.
7. Державна Стратегія регіонального розвитку на період до 2015 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1001-2006-%EF>.
8. Концепція державної регіональної політики. Проект від 04.02.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : – http://ebentabe.ucoz.ua/news/konceptija_derzhavnoji_regionalnoji_politiki/2010-02-04-66.
9. Василенко В.Н. Экономическое развитие регионов: сходство и различие : [монография] / В.Н. Василенко, В.Ю. Медведь, Т.М. Савельева ; науч. ред. В.Н. Василенко ; НАН Украины. Ин-т экономико-правовых исследований. – Донецк : Юго-Восток, 2010. – 219 с.

Надійшла 10.08.2011

УДК [005.585:005.591.4]:339.17

О. С. КРАВЧЕНКО, О. В. ГРИГОРАШ

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНА МОДЕЛЬ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті запропоновано організаційно-методичну модель оцінки економічного потенціалу торговельних підприємств Донецької області, яка дозволяє враховувати не тільки внутрішні можливості підприємства, а й ринкову ситуацію, надає можливість виділяти головну проблему та системно встановлювати кількісні та якісні зв'язки між окремими елементами потенціалу.

The article presents organizational and methodological model for evaluating the economic potential of trade enterprises of Donetsk region, which takes into account not only domestic enterprise capabilities but also the market situation allows you to select the main problem and systematically set quantitative and qualitative relationships between various elements of potential.

Ключові слова: економічний потенціал, організаційно-економічна модель, квадрат потенціалу, діаграма Іскави, діаграма Парето, ABC-аналіз.

Актуальність теми. Глобалізація економіки, сучасний темп економічних змін та процесів змушують господарюючих суб'єктів приділяти максимальну увагу рівню своєї конкурентоспроможності, бути максимально гнучкими та реагувати на зміни умов їх функціонування, концентруватися на досягненні максимального рівня конкурентних переваг на будь-якому ринку збуту своєї продукції. Однак, далеко не всі вітчизняні підприємства придатні до ведення ефективної конкурентної боротьби. Навіть наявність конкурентоспроможної продукції не дозволяє багатьом з них реалізувати ці переваги внаслідок відсутності практики використання всього комплексу заходів.

Метою дослідження є розробка організаційно-методичної моделі оцінки економічного потенціалу торговельних підприємств.

Аналіз літературних джерел. Дослідженню широкого кола питань оцінки управління економічним потенціалом підприємства на теоретичному та методологічному рівнях останнім часом приділяється значна увага в працях багатьох науковців, серед яких О.В. Ареф'єва, О.І. Шуманська, О.С. Федонін, І.М. Рєпіна, Н.С. Краснокутська, В.Н. Гавва, Р.В. Марушков, І.П. Отенко, Є.В. Лапін, О.І. Олексюк, П. Друкер та ін. [1, 2, 4, 5].

Постановка завдання. Вивчення сучасної економічної літератури показало, що одночасно з багатою кількістю наукових розробок по даному напрямку дослідження, проблема оцінки ефективності управління економічним потенціалом підприємства не дістала належного розв'язання і, залишаючись недостатньо дослідженою та методично забезпеченою, а також потребує подальшого розвитку як в науково-теоретичному, так і в організаційно-практичних аспектах.

Виклад основного матеріалу. Існує велика кількість підходів щодо оцінки потенціалу підприємства. Проведений аналіз економічної літератури [1–5, с. 225–226] дозволив визначити основні існуючі підходи щодо оцінки потенціалу підприємства, обґрунтувати їх переваги та недоліки (табл. 1).

Таблиця 1

Підходи щодо оцінки потенціалу підприємства

Підхід	Методи оцінки	Переваги методів	Недоліки методів
Витратний	Балансовий метод	Аналіз варіантів найліпшого та найефективнішого використання земельної ділянки.	Використання «колишньої» господарської інформації потребує їх приведення до одного часового періоду, механізм розрахунків у цьому аспекті не можна назвати досконалим
	Метод регулювання балансу	Техніко-економічний аналіз можливостей нового будівництва та різного роду поліпшень.	Ігнорування перспектив розвитку підприємства та ринкового середовища
	Метод ліквідаційної вартості	Остаточне збалансування величини ринкової вартості підприємства з його можливостями за кожним зі структурних елементів.	Повністю випадають із кола досліджень індивідуальні можливості ефективного використання об'єкта
	Метод вартості заміщення	Оцінка об'єктів загальнодержавного чи унікального характеру.	
	Метод чистих активів	Оцінка потенціалу за умов малоактивного та нерозвинутого ринку капіталу, нерухомості землі тощо.	
Результатний	Метод прямої капіталізації доходів	Урахування перспектив діяльності та розвитку підприємства як цілісного земельно-майнового та соціально-організаційного комплексу, виходячи з колишнього досвіду, досягнутих результатів та сформованих ринкових умов Можливість урахування специфіки ринкових умов для певного об'єкта за допомогою правильного визначення рівня дисконту чи коефіцієнта капіталізації	В аналітичних розрахунках використовується прогнозна, а не фактична господарська інформація Аналітичні процедури формування ставок дисконтування та капіталізації мають надто суб'єктивний характер Неможливість досягнення абсолютно точних результатів через тривалість періоду оцінки та нестабільність реальних процесів припливу та відпливу капіталу
	Метод дисконтування грошового потоку		
	Метод економічного прибутку		
	Метод додаткових доходів		
Порівняльний	Метод мультиплікаторів	Орієнтація на поточні фактичні ціни та ринкові умови діяльності дає змогу уникнути розбіжності між розрахунковою величиною вартості та її ринковим еквівалентом Достовірна фактична інформація підвищує точність аналітичних розрахунків та відображення специфіки об'єкта оцінки, урахувавши фактично досягнуті фінансово-економічні результати Дає змогу врахувати не тільки внутрішні особливості об'єкта, а й ринкову ситуацію у цілому (співвідношення попиту та пропонування, ціни на супутні об'єкти тощо)	Потребує існування розвинутого, цивілізованого та прозорого ринку об'єктів оцінки Неможливість оцінки унікальних чи специфічних об'єктів за браком аналогів для порівняння Ігнорування перспектив розвитку підприємств у майбутньому Значні витрати часу та ресурсів на збирання та опрацювання великого масиву інформації як про об'єкт оцінки, так і його аналогів Необхідність використання складних розрахункових процедур для встановлення адекватних поправок проти аналога, що не завжди можливо (недостатній рівень аналітика)
	Метод галузевих співвідношень		
	Метод аналогових продаж чи ринку капіталу		

Наведена у табл. 1 класифікація найпоширеніших базових методів оцінки підприємства має багато модифікацій. Вибір того, чи іншого методу оцінки залежить від низки факторів: об'єкту оцінки, специфіки його діяльності, умов його функціонування, цілі аналізу, інформаційної бази у визначений проміжок часу. Слід зазначити, що наведені методи оцінки економічного потенціалу підприємства не дозволяють враховувати причинно-наслідкові зв'язки між факторами, що впливають на формування економічного потенціалу. До сучасного моменту не існує єдиної думки щодо визначення системи показників оцінки економічного потенціалу.

Сучасна економічна ситуація в Україні вимагає використання відносно нового підходу оцінки ефективності управління економічним потенціалом підприємств. Так, в якості авторського підходу до оцінки економічного потенціалу підприємства запропонований методичний інструментарій, який ґрунтується на сучасних методах оцінки економічного потенціалу, дозволяє враховувати не тільки внутрішні можливості підприємства, а й ринкову ситуацію, надає можливість виділяти головну проблему та системно встановлювати кількісні та якісні зв'язки між окремими елементами потенціалу.

Організаційна модель оцінки економічного потенціалу підприємства за запропонованою методикою, наведена на рисунку 1.

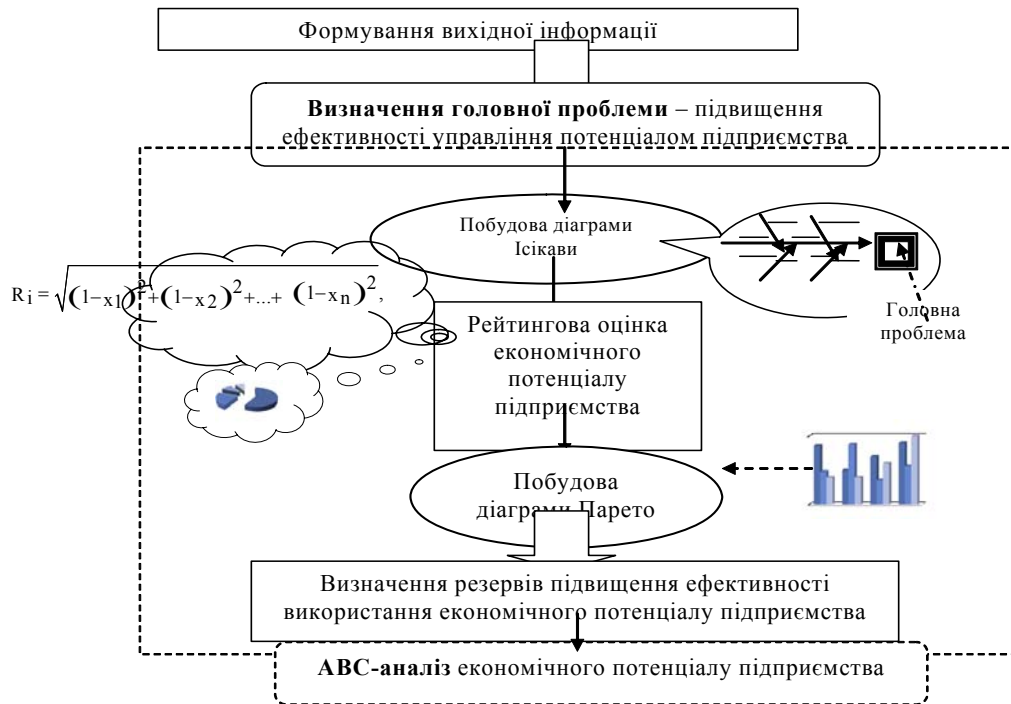


Рис.1. Організаційна модель оцінки економічного потенціалу підприємства

Для практичної апробації запропоновано методичний інструментарій та здійснено обґрунтування кожного етапу оцінки економічного потенціалу торговельних підприємств Донецької області.

Етап 1. Побудова діаграми Ісікави.

Діаграма Ісікави — графічний спосіб дослідження та визначення найбільш суттєвих причинно-наслідкових взаємозв'язків між чинниками (факторами) та наслідками у досліджуваній ситуації чи проблемі. Така діаграма надає можливість виявити ключові взаємозв'язки між різними факторами та більш достеменно зрозуміти досліджуваний процес. Діаграма сприяє визначенню головних чинників, які спричиняють найбільш значний внесок до проблеми, що розглядається, та попередженню або усуненню їх дії [7].

Діаграма Ісікави використовується як аналітичний інструмент для перегляду дії можливих факторів та виокремлення найбільш важливих причин, дія яких породжує конкретні наслідки та піддається управлінню.

Робота з діаграмою Ісікави проводиться в кілька етапів [8]:

1. Виявлення та збирання всіх факторів та причин, що будь-яким чином впливають на досліджуваний результат.

2. Групування факторів за смисловим та причинно-наслідковими блоками.

3. Ранжирування цих факторів всередині кожного блоку.

4. Аналіз отриманої картини.

5. «Відкидання» факторів, на які ми не можемо впливати.

6. Ігнорування малозначущих і непринципових чинників.

Дослідження політики управління та позиціонування торгових підприємств Донецької області свідчить, що ефективність діяльності підприємств області обумовлена рівнем використання їхнього економічного потенціалу. Це в свою чергу дозволило виділити головну проблему підприємств, яка полягає в підвищенні економічного потенціалу торгових підприємств. Використано діаграму Ісікави (рис 2) для виділення головної проблеми підприємств та деталізуючих чинників, які здійснюють вплив на цю проблему.

Зазначимо, що діаграма Ісікави – це унікальний інструмент, який не тільки дає можливість виділити головну проблему, а й сформулювати систему показників для оцінки економічного потенціалу підприємства.

Етап 2. Рейтингова оцінка економічного потенціалу підприємства.

На даному етапі дієвим інструментом оцінки управління економічним потенціалом підприємства виступає „квадрат потенціалу”. „Квадрат потенціалу” – це метод оцінки стану корпоративного управління, спрямований на визначення слабких місць у всій системі відносин, властивий корпоративному управлінню.

Даний інструмент дозволяє системно встановити кількісні та якісні зв'язки між окремими елементами потенціалу, рівень його розвитку та конкурентоспроможності і на основі цього своєчасно обґрунтувати та реалізувати управлінські рішення щодо підвищення ефективності функціонування підприємства. Він має декілька теоретичних аспектів, які необхідно враховувати при обґрунтуванні управлінських рішень [3;30].

Дослідження стану складових економічного потенціалу торговельних підприємств Донецької області проведено на основі даних Державного комітету статистики України та Донецької області [10,11].

Оцінка економічного потенціалу торговельних підприємств Донецької області за 2007-2009 р. здійснюється на основі використання інструменту «квадрат потенціалу». Для його побудови віділено функціональні блоки, які були віднесені до складу економічного потенціалу, а саме: фінансовий потенціал, торговий потенціал, маркетинговий, кадровий, управлінський та матеріально-технічний потенціали.

Результати проведеної загальної рейтингової оцінки економічного потенціалу торговельних підприємств Донецької області наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Загальна рейтингова позиція економічного потенціалу Донецької області у 2007-2009 рр.

Економічний потенціал Донецької області	2 007 р.	2 008 р.	2 009 р.	Умовно кращий потенціал
Фінансовий потенціал	87,15	92,73	74,74	100,00
Торговий потенціал	88,24	82,77	63,18	100,00
Управлінський потенціал	87,89	92,05	53,48	100,00
Кадровий потенціал	56,09	84,03	73,37	100,00
Маркетинговий потенціал	79,90	83,14	92,70	100,00
Матеріально-технічний потенціал	80,89	86,19	99,41	100,00

Графічна інтерпретація рейтингової позиції економічного потенціалу Донецької області представлена шестикутником економічного потенціалу (рис. 2).

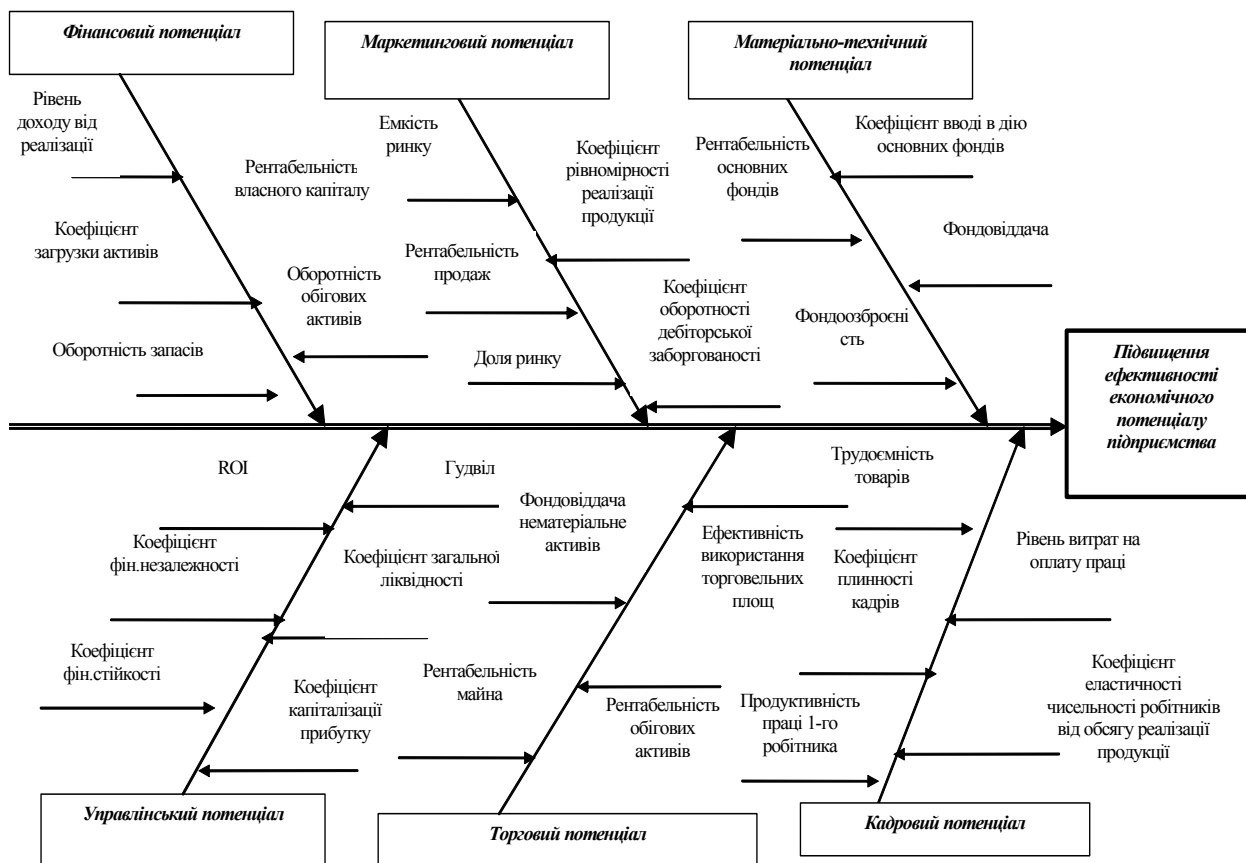


Рис .2. Діаграма Іскави по підвищенню економічного потенціалу торговельних підприємств Донецької області

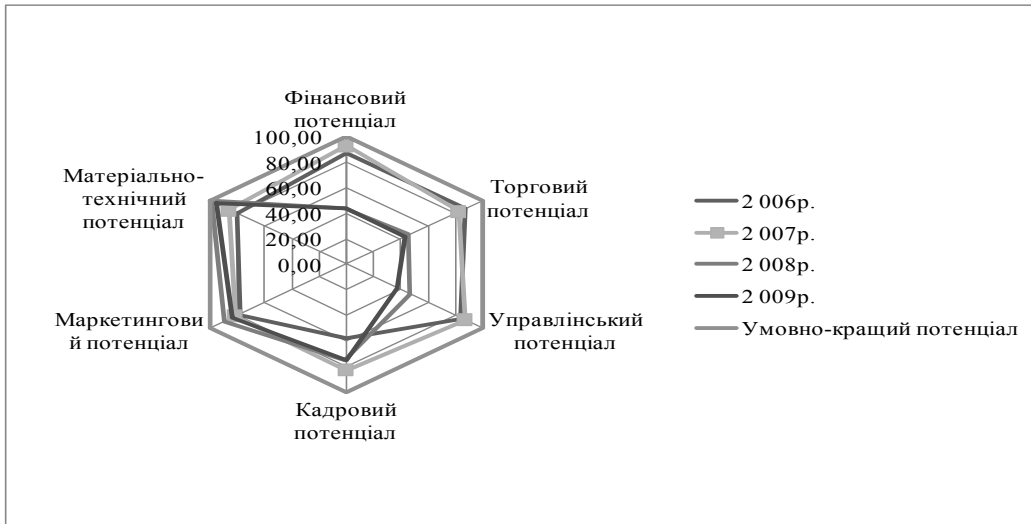


Рис. 2. Економічний потенціал торгових підприємств Донецької області

Аналіз рис. 2 дозволяє зробити висновок про те, що у 2007 р. економічний потенціал торгових підприємств Донецької області по-перше, був найкращим в порівнянні з 2006 та 2008 рр, по-друге, що більш важливе, він був збалансований – економічний потенціал 2007 р має правильну форму шестикутника, а це свідчить про збалансоване управління на підприємствах. Між тим також можна сказати, що економічний потенціал у 2006 р. майже був гармонійним, окрім блоку «кадровий потенціал». Стосовно стану економічного потенціалу в 2008 р. можна сказати, що підприємства покращили ефективність використання свого маркетингового та матеріально-технічного потенціалу, однак, з нашої точки зору, економічний потенціал 2008 р. недооцінений, тобто об'єктивно ми не можемо зробити висновки щодо ефективності використання економічного потенціалу торгових підприємств в силу фінансової кризи 2008 р. в Україні та Донецькій області.

Зазначимо, що перші 2 етапи характеризують поточний стан економічного потенціалу, тобто наведені вище економічні інструменти презентують загальну картину економічного потенціалу, відповідно вони не дають можливість ранжувати фактори за ступенем важливості (пріоритетності).

Етап 3. Побудова діаграми Парето.

У діяльності підприємства постійно виникають різні проблеми: труднощі з оборотом кредитних сум, освоєнням нових правил прийняття замовлень, появою браку; ростом трудомісткості; наявністю на складах нереалізованої продукції; надходження реклаमाцій, кількість яких не зменшується, незважаючи на старання підвищити якість.

Пошуки рішення цих проблем починають із їхньої класифікації по окремих факторах (операціям) з метою з'ясування основних, тобто тих, які зв'язані, наприклад, з найбільшими витратами. Щоб виявити основні фактори будують діаграми Парето і потім роблять їхній аналіз. Діаграма Парето дає змогу виділити «важливу меншість» в порівнянні з «неважливою більшістю». Таким чином, використання діаграми Парето дає змогу сучасним підприємствам виділити 20% факторів, які становлять 80% всього результату діяльності підприємств [9].

На основі даних діаграми Ісікави визначено систему показників, яка характеризує нашу головну проблему та розрахували темпи змін та згідно розробленої шкали оцінювання отриманих результатів динаміки змін факторів (табл. 3) здійснюється розподіл балів між показниками.

Таблиця 3

Шкала бальної оцінки динаміки показника

Шкала стимулятора (С), бали		Шкала дестимулятора (Д), бали	
0	<100	0	>150
1	100-110	1	133-150
2	111-121	2	132-122
3	122-132	3	121-111
4	133-150	4	110-100
5	>150	5	<100

В таблиці 4 наведені дані, що характеризують проблему підвищення ефективності використання економічного потенціалу торгових підприємств.

Система показників, що характеризує проблему підвищення ефективності економічного потенціалу підприємства

Складові потенціалу	Показники, що характеризують складові ЕПП	од. вим.	2009 р.	2010 р.	Темп змін, %	Показник*	Бал фактора
Фінансовий потенціал	Оборотність запасів	раз	11,06	10,72	96,93	С	0
	Оборотність обігових активів	днів	0,25	0,29	112,07	С	2
	Коефіцієнт загрузки активів	коєф.	3,92	3,50	89,23	С	0
	Рентабельність власного капіталу	%	31,42	28,37	90,30	С	0
	Рівень доходу від реалізації	%	23,01	8,88	38,59	С	0
Торговий потенціал	Рентабельність майна	%	5,75	4,45	77,30	С	0
	Рентабельність обігових активів	%	6,80	0,06	0,82	С	0
	Фондовіддача нематеріальних активів	коєф.	10,50	11,67	111,13	С	2
	Ефективність використання торговельних площ	млн грн./м ²	22,36	27,93	124,90	С	3
Управлінсь-кий потенціал	Коефіцієнт капіталізації прибутку	коєф.	0,47	0,36	77,30	С	0
	ROI	%	0,34	0,19	55,71	С	0
	Гудвіл	млн грн.	3809,24	438,30	11,51	С	0
	Коефіцієнт фін. незалежності	коєф.	0,18	0,16	85,60	С	0
	Коефіцієнт загальної ліквідності	коєф.	1,15	0,21	18,59	С	0
	Коефіцієнт фінансової стійкості	коєф.	0,25	0,19	74,38	С	0
Кадровий потенціал	Продуктивність праці 1-го рабiтника	млн грн.	0,30	0,42	140,29	С	4
	Коефіцієнт плинності кадрів	коєф.	0,01	0,02	237,13	Д	0
	Трудосмість товарів (робіт, послуг)	чол-годин	3,31	2,36	71,28	Д	0
	Рівень витрат на оплату праці	%	3,10	2,68	86,36	Д	0
	Коефіцієнт еластичності чисельності рабiтників від обсягу реалізації продукції	%	0,53	0,02	2,83	С	0
Маркетинго-вий потенціал	Доля ринку	%	12,10	13,20	109,09	С	1
	Рентабельність продаж	%	26,68	19,63	73,59	С	0
	Коефіцієнт рівномірності реалізації продукції	коєф.	0,95	0,91	95,37	С	0
	Емкість ринку	млн грн.	1 294624,00	2279335,00	176,06	С	5
	Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	разів	0,40	0,59	148,76	С	4
Матеріально-технічний потенціал	Фондовіддача	коєф.	2,47	3,44	138,85	С	4
	Рентабельність основних фондів	%	66,02	67,46	102,18	С	1
	Фондоозброєність	коєф.	0,12	0,12	101,20	С	1
	Коефіцієнт ввода в дію основних фондів	коєф.	0,24	0,33	137,50	С	4

*Ранжирування показників здійснюється відповідно до присвоєних балів.

На наступному етапі кумулятивним підсумком здійснюється розрахунок даних Парето (табл. 5).

Дані для побудови діаграми Парето

№	Показники, характеризуючі складові ЕПП	Бал фактора	Доля фактора	Дані Парето
24	Емкість ринку	5,00	16,13	16,13
16	Продуктивність праці 1-го рабiтника	4,00	12,90	29,03
25	Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	4,00	12,90	41,94
26	Фондовіддача	4,00	12,90	54,84
29	Коефіцієнт ввода в дію основних фондів	4,00	12,90	67,74
9	Ефективність використання торговельних площ	3,00	9,68	77,42
2	Оборотність обігових активів	2,00	6,45	83,87
8	Фондовіддача нематеріальних активів	2,00	6,45	90,32

№	Показники, характеризуючі складові ЕПП	Бал фактора	Доля фактора	Дані Парето
21	Доля ринку	1,00	3,23	93,55
27	Рентабельність основних фондів	1,00	3,23	96,77
28	Фондоозброєність	1,00	3,23	100,00
1	Оборотність запасів	0,00	0,00	100,00
3	Коефіцієнт загрузки активів	0,00	0,00	100,00
4	Рентабельність власного капіталу	0,00	0,00	100,00
5	Рівень доходу від реалізації	0,00	0,00	100,00
6	Рентабельність майна	0,00	0,00	100,00
7	Рентабельність обігових активів	0,00	0,00	100,00
10	Коефіцієнт капіталізації прибутку	0,00	0,00	100,00
11	ROI	0,00	0,00	100,00
12	Гудвіл	0,00	0,00	100,00
13	Коефіцієнт фін. незалежності	0,00	0,00	100,00
14	Коефіцієнт загальної ліквідності	0,00	0,00	100,00
15	Коефіцієнт фінансової стійкості	0,00	0,00	100,00
17	Коефіцієнт плинності кадрів	0,00	0,00	100,00
18	Трудоємність товарів (робіт, послуг)	0,00	0,00	100,00
19	Рівень витрат на оплату праці	0,00	0,00	100,00
20	Коефіцієнт еластичності чисельності робітників від обсягу реалізації продукції	0,00	0,00	100,00
22	Рентабельність продаж	0,00	0,00	100,00
23	Коефіцієнт рівномірності реалізації продукції	0,00	0,00	100,00

Згідно принципів, запропонованих Паретто будується графік: зліва від точки перетину розташовані фактори, які забезпечують 80% результату.

Отримані результати свідчать, що ефективність економічного потенціалу торговельних підприємств Донецької області у цілому визначається: ємкістю ринку, коефіцієнтом оборотності дебіторської заборгованості, фондовіддачею, ефективністю використання торговельних площ. У першу чергу, слід звернути увагу саме на ці фактори.

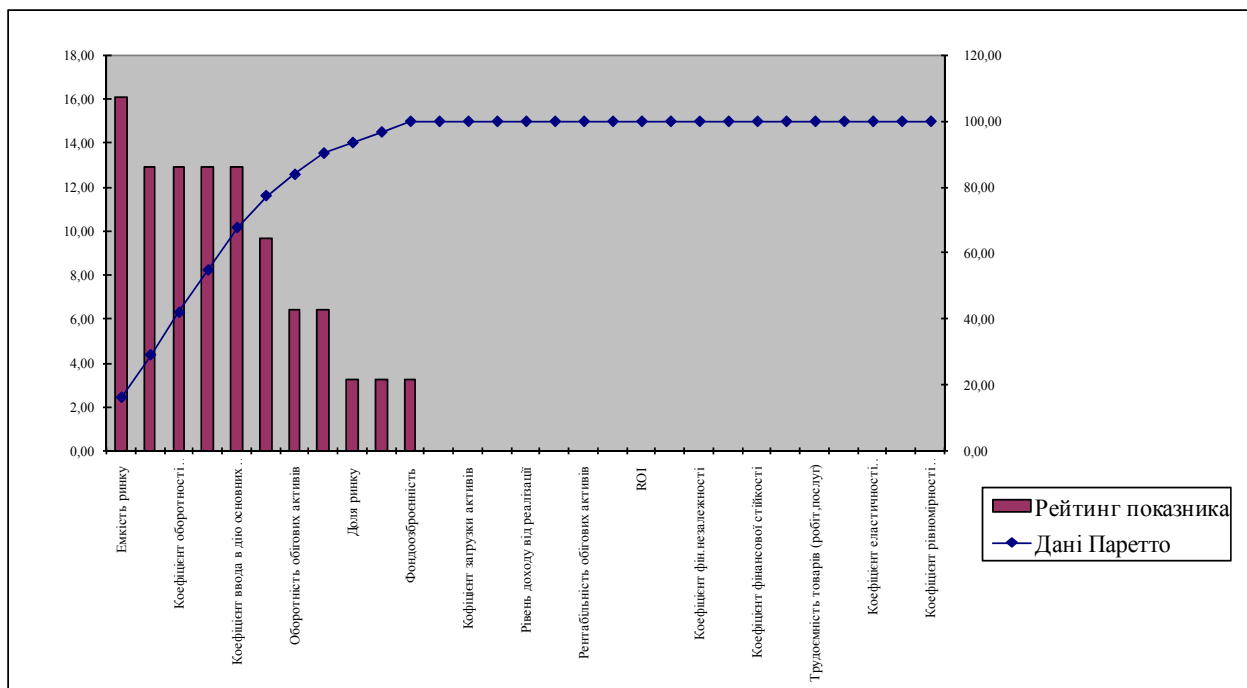


Рис. 2. Діаграма Парето ефективності економічного потенціалу торговельних підприємств Донецької області

Етап 4. АВС-аналіз.

Після виявлення проблеми шляхом побудови діаграми Парето по результатах важливо визначити причини її вирішення. Це необхідно для її вирішення. При використанні діаграми Парето для виявлення результатів діяльності та причини найбільш поширеним методом є АВС-аналіз.

Сутність АВС-аналізу полягає в визначенні трьох груп, котрі мають три рівні значимості[6]: група А – найважливіші проблеми, ліквідація причин групи А має найбільший авторитет, а пов'язані з цим заходи –

найвищу ефективність; група В – причини, які в сумі мають не більше 20%; група С – найбільш багаточисленні, але при цьому найменш значимі проблеми та причини.

АВС-аналіз в рамках діаграми Парето наведено на рис.3.

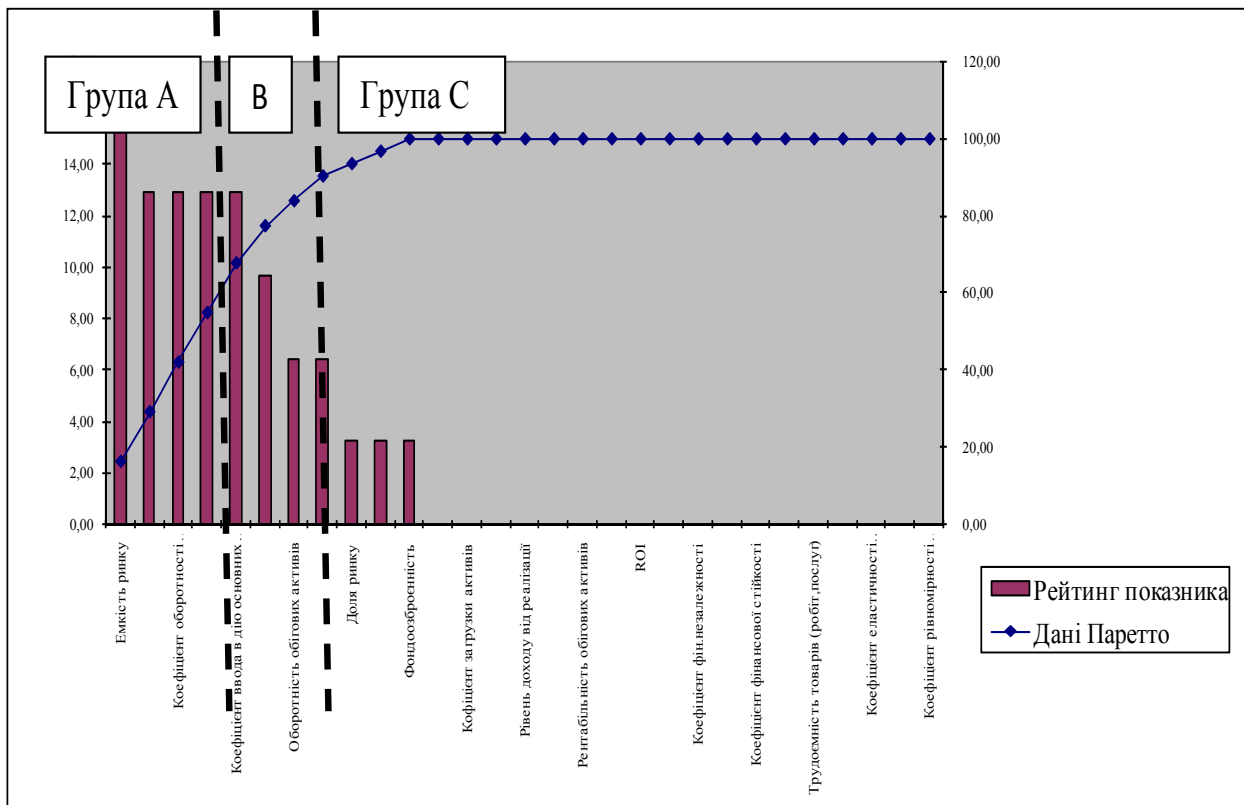


Рис. 3. АВС-аналіз діаграми Парето по ефективності економічного потенціалу торговельних підприємств

Результати АВС-аналізу наведено на рисунку 4.

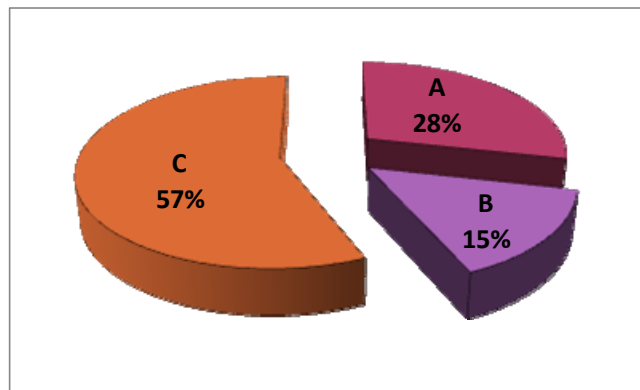


Рис. 4. Узагальнення результатів АВС-аналізу трогових підприємств Донецької області

Проведені розрахунки дають можливість стверджувати, що показники групи А складають 28,5%, управління якими здійснює найбільший вплив на стан економічного потенціалу підприємств області, а саме: емність ринку, продуктивність праці 1-го робітника, коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, фондовіддача, коефіцієнт вода в дію основних фондів, ефективність використання торговельних площ. В свою чергу 33,3% маркетингового та матеріально-технічного потенціалу визначають в цілому ефективність використання економічного потенціалу торговельних підприємств Донецької області у 2009 р.

Висновки. Запропонована організаційно-методична модель оцінки економічного потенціалу торговельних підприємств Донецької області дає можливість отримати достовірні результати для прийняття економічних рішень щодо ефективного управління на підприємствах торгівлі.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямку є формування механізму управління функціональними складовими економічного потенціалу підприємств торгівлі.

Література

1. Ареф'єва О.В. Економічні засади формування потенціалу підприємства / О.В. Ареф'єва, Т.В. Харчук // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 7(85). – С. 71–76.
2. Бачевський Б.С. Потенціал і розвиток підприємства: [навч. посібник] / Бачевський Б.С., Заблудська І.В., Решетняк О.О. – К. : центр учбової літератури, 2009. – 400 с.
3. Григораш О.В. Управління потенціалом підприємства // Матеріали II Международной научно-практической конференции, 27 мая, Прага. «Научный прогресс на рубеже тысячелетий – 2010». – С. 29–32.
4. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : [навч. посібник]. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
5. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : [навч. посібник] / Федонін О.С., Рєпіна І.М., Олексюк О.І. – [2-е вид., без змін]. – К. : КНЕУ, 2006. – 316 с.
6. ABC-анализ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : ru.wikipedia.org/wiki/ABC-анализ 130.html
7. Діаграма Ісікави. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : uk.wikipedia.org/wiki/Діаграма_Ісікави.
8. Метод «Діаграмма Исикавы». [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.inventech.ru/pub/methods/metod-0019.
9. Діаграмма Парето [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.management.com.ua/qm/qm
10. www.ukrstat.gov.ua
11. www.donetskstat.gov.ua

Надійшла 10.08.2011

УДК 663/.664.8

В. В. АРЕСТЕНКО

Національний університет біоресурсів і природокористування України

МАРКЕТИНГОВИЙ ЛОГІСТИЧНИЙ КООПЕРАТИВ ЯК ОСНОВА РЕГІОНАЛЬНОГО СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО КЛАСТЕРУ

У статті висвітлені основні аспекти формування сільськогосподарського регіонального кластеру в основу якого закладено створення логістичного кооперативу сільськогосподарських товаровиробників, функціонуючого на маркетингових засадах. Запропоновано алгоритм його створення та основні напрями функціонування.

In the article described the main aspects of forming regional agricultural cluster, base of each are organization of logistic cooperation on marketing foundation. The main stages of algorithm of forming and main directions of business are described.

Ключові слова: маркетинговий логістичний кооператив, сільськогосподарський кластер, алгоритм створення.

Вступ. Глобалізація світової економіки, збільшення міжнародної конкуренції призвели до зростання популярності нової виробничої інноваційної моделі, в рамках якої всі учасники виробництва прагнуть об'єднатися в кластери, щоб успішно конкурувати на світовому ринку. Глобальні зміни, які відбуваються в результаті стрімких темпів науково-технічного прогресу, активізації інноваційних процесів, вимагають нових підходів до соціально-економічного розвитку регіонів України. Особливо це актуально зараз, коли Україна і світ переживають світову фінансову та економічну кризу. Кластерний розвиток як фактор збільшення національної і регіональної конкурентоспроможності є характерною ознакою сучасної економіки, так як у важкі часи кризи формування кластерів зможе допомогти українському суспільству в значному ступені подолати труднощі, що виникають.

Метою даної статті є обґрунтування моделі регіонального сільськогосподарського кластеру на прикладі Запорізької області, ядром якого є логістичний кооператив, функціонуючий за засадах маркетингу.

Огляд літературних джерел. Різні вчені характеризують поняття кластер по-різному, звертаючи основну увагу на певні риси: територіальну, концентрацію виробництва, наявність зв'язків на основі спільних інтересів, конкуренцію, взаємодоповнюваність та інше. Основоположником цього поняття виступає М. Портер, за яким «кластер – це сконцентровані за географічними ознаками групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників послуг; фірм у відповідних галузях, а також пов'язаних з їхньою діяльністю організацій у певних галузях, що конкурують, але разом з тим ведуть спільну роботу» [1, 2]. В загальнотеоретичному визначенні встановлено, що кластер – це об'єднання однорідних елементів, що може розглядатись як самостійна одиниця, має певні властивості виконує суспільні функції з ефективністю більшою, ніж одиничний елемент, та який управляється як єдине ціле [3]. Також кластер розглядають як конкурентоспроможну організаційну форму територіально-ієрархічної моделі виробництва з різними рівнями локалізації, що дає максимальний господарсько-соціальний ефект за рахунок мінімізації витрат в порівнянні схожих галузях [4]. «Створення кластерів та запровадження кластерної моделі поведінки підприємства є способом відновлення довіри між урядом і бізнесом та трансформації ізольованих фірм у підприємницьку спільноту», – стверджує В. Прайс [5].