

**МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ
СУБКОНТРАКТАЦІЇ НА ПРОМИСЛОВИХ
ПІДПРИЄМСТВАХ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Обґрунтовано актуальність використання інноваційних форм господарювання промислових підприємств в сучасних ринкових умовах. Розглянуто поняття «субконтрактація», яке відрізняється від існуючих врахуванням змін ринків в умовах формування трансформації ринку, що характеризується розповсюдженням використання інформаційно-комунікаційних технологій. Зображено ланцюг формування переваг для субконтрактора та контрактора, які застосовують субконтракцію. Наведено класифікацію субконтрактних відносин, яка відрізняється від існуючих включенням додаткової ознаки – «використання учасниками субконтрактації інформаційних технологій», що надає можливість виділити промислові підприємства, які мають потенціал для організації субконтрактації в умовах трансформаційних процесів на ринку промислової продукції. Запропоновано теоретико-методичні основи організації Центру субконтрактації, організаційну структуру, принцип та схему його роботи. Описано маркетингові функції, які необхідні для функціонування Центру. Показано синергетичний ефект від застосування субконтрактації.

Ключові слова: промислова кооперація, субконтрактація, ринок промислових підприємств, маркетингові функції, інформаційно-комунікаційні технології.

**ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
СУБКОНТРАКТАЦИИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ
ПРЕДПРИЯТИЯХ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Обоснована актуальность использования инновационных форм хозяйствования промышленных предприятий в современных

рыночных условиях. Рассмотрено понятие «субконтрактация», которое отличается от существующих учетом изменений рынков в условиях формирования трансформации рынка, характеризующегося распространением использования информационно-коммуникационных технологий. Изображена цепь формирования преимуществ для субконтрактора и контрактора, которые применяют субконтракцию. Приведена классификация субконтрактных отношений, которая отличается от существующих включением дополнительного признака - «использование участниками субконтрактации информационных технологий», что дает возможность выделить промышленные предприятия, которые имеют потенциал для организации субконтрактации в условиях трансформационных процессов на рынке промышленной продукции. Предложено теоретико-методические основы организации Центра субконтрактации, организационную структуру, принцип и схему его работы. Описаны маркетинговые функции, которые необходимы для функционирования Центра. Показано синергетический эффект от применения субконтрактации.

Ключевые слова: промышленная кооперация, субконтрактация, рынок промышленных предприятий, маркетинговые функции, информационно-коммуникационные технологии.

Avdiienko Yana

POSSIBILITIES OF USE OF SUBCONTRACTING ON INDUSTRIAL ENTERPRISES IN MODERN CONDITIONS

The urgency of the use of innovative forms of management of industrial enterprises in modern market conditions is substantiated. The concept of "subcontracting" is considered, which differs from existing taking into account changes of the markets in the conditions of the formation of the transformation of the market, characterized by the proliferation of the use of information and communication technologies. Represents a chain of preferences for a subcontractor and contractor who apply a subcontract. The classification of subcontracting relations, which differs from the existing inclusion of an additional feature, is "use by participants of subcontracting of information technologies", which gives the opportunity to distinguish

industrial enterprises that have the potential for organizing subcontracting in the conditions of transformational processes in the market of industrial products. The theoretical and methodological foundations of the organization of the Subcontracting Center, the organizational structure, the principle and the scheme of its work are proposed. The marketing functions necessary for the functioning of the Center are described. The synergistic effect from subcontracting is shown.

Keywords: industrial cooperation, subcontracting, marketing functions, market of industrial enterprises, information and communication technologies.

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток науково-технічного прогресу, який стимулює промислові підприємства впроваджувати сучасні організаційні форми господарювання, кризові явища, які присутні в економіці України дають поштовх для пошуку інноваційних інструментів організації виробництва з метою ефективного використання наявних ресурсів. Посилення конкурентної боротьби сприяє налагодженню коопераційних взаємовідносин між різномасштабними промисловими підприємствами.

Аналіз досвіду промислово розвинених країн (США, Японія, Німеччина, Італія, Франція та ін.) показує, що однією із дієвих форм господарювання та промислової кооперації є субконтрактація.

Саме ця форма кооперації розрахована на використання широкої мережі постачальників. Подібне взаємовідношення малого і великого бізнесу є взаємовигідним, оскільки контрактору потрібні стабільні постачання, а субконтракторам - довгострокові замовлення і постійна співпраця

Для України є актуальним та необхідним використання субконтрактних відносин з урахуванням сучасних економічних умов, поглиблення в глобалізаційні процеси та розвитку інформаційної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвитку промислової кооперації приділено увагу в працях зарубіжних науковців, таких як М. Йенсена і В. Меклінга, Р.Коуза, Д.Норта, Дж. Ходжсона, О.Вільямсона, Й.Шумпетера, М. Портера, М.Енрайта, П. Друкера, Ф.Котлера та ін..

Субконтрактацію як форму промислової кооперації також розглядали Дряхлов Е., Бобко Є.І., Хлебніков.Л., Добронравов А.,

Кисельов А., Скопіон О.О., Булатов А., Петрищева І., Христофорова Л. та ін. Становленню коопераційних відносин в Україні свої роботи присвятили такі автори, як Антонюк Д.А., Бабій М.А., Бутенко А.І., Варналій З.С., Войнарченко М.П., Гавриленко Т.В., Кічук О.С., Кондратьєва Т.В., Лігоненко Л.О., Ляшенко В.І., Решетнікова І.Л., Шлафман Н.Л. та ін.

Однак, залишаються дискусійними питання щодо визначення сутності терміну субконтрактації в умовах сучасної економіки, недостатньо обґрунтовані принципи розрахунку економічного ефекту від впровадження субконтрактації на промислових підприємствах, а, також теоретико-методичні розробки щодо обґрунтування варіантів створення, джерел фінансування та функціонального забезпечення Центрив субконтрактації.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз міжнародний досвід застосування субконтрактації показали, що використання цієї сучасної форми промислової кооперації між різномасштабними підприємствами дозволяє досягти високої ефективності і конкурентоспроможності промислового виробництва. Існуючий досвід організації системи субконтрактації демонструє, що одним з ключових факторів успіху є наявність детально розроблених і узгоджених етапів, правил та принципів взаємодії і функціонування в рамках єдиної мережі. В вітчизняній літературі на сьогодні недостатньо теоретико-методичних розробок щодо варіантів організації Центрив субконтрактації в Україні, їх фінансування та маркетингового забезпечення.

Формування цілей статті. Показати можливості використання субконтрактації для промислових підприємств України в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах функціонування ринку України, в умовах глобалізації, інформатизації та розгортання інтеграції в науково-виробничій сфері, промисловим підприємствам необхідні вагомні організаційні перетворення. Особливо це стосується ринку машинобудівних підприємств, які знаходяться на стадії застою.

Короткий цикл життя та високий ступінь диверсифікації товарів та послуг стимулює промислові підприємства до пошуку ефективних форм господарювання, які б допомогли

оптимізувати витрати та зберегти при цьому високу якість і цінові параметри продукту. Однією з ефективних форм об'єднання зусиль незалежних фірм, що дозволяє не тільки отримати прибуток, але і витримати гостру конкурентну боротьбу, є промислова кооперація.

Однією з перспективних форм промислової кооперації може бути використання субконтракції для різномасштабних підприємств, яка в умовах становлення інформаційної економіки та розвитку науково-технічного прогресу набуває інноваційного характеру функціонування.

Субконтракція – це форма виробничої кооперації, яка передбачає довгострокові партнерські взаємовідносини між різномасштабними промисловими підприємствами на основі договору-підряду, з метою підвищення ефективності виробничого процесу і задоволення попиту на якісну, конкурентоспроможну продукцію на базі інформаційно-комунікаційних технологій в умовах трансформації ринку в напрямку цифрової економіки [1, с.75-79].

Використання в світовій практиці механізму субконтракції дозволяє виділити ряд переваг як для великого підприємства-замовника, так і для малих і середніх підприємств-субпідрядників.



Рис.1.Ланцюг формування переваг для контрактора, який застосовує механізм субконтракції

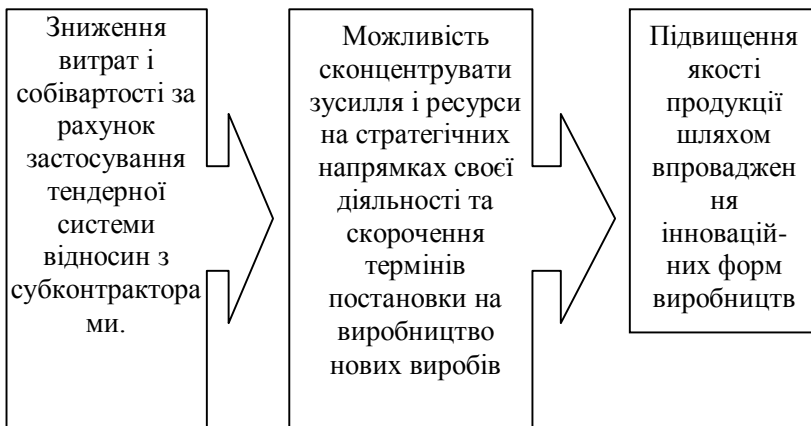


Рис.2. Ланцюг формування переваг для субконтрактора, який застосовує механізм субконтракції

Великі підприємства, в умовах жорсткої конкуренції, при виробництві продукції прагнуть знизити свої витрати, забезпечивши при цьому виконання вимог до якості продукції. Шляхом застосування субконтрактних відносин підприємство може сконцентрувати свої ресурси і зусилля на ділянках, що визначають конкурентоспроможність продукції і підприємства в цілому. При цьому головне підприємство – контрактор отримує можливість швидко оновлювати свій модельний ряд, а необтяжена непродуктивними витратами кінцева продукція стає конкурентоспроможною.

Принцип субконтракції найбільше застосовується в таких галузях промисловості як машинобудування, металообробка, електротехніка та електроніка, автомобілебудування, транспортне машинобудування, авіаційна промисловість, виробництво медичного обладнання, виробництво сільськогосподарської техніки, виробництво побутової техніки, енергетичне, атомне машинобудування, будівельно-шляхове і комунальне машинобудування та послуги, які забезпечують інфраструктуру промислової сфери [2, с.34-37].

Міжнародний ринок промислової субконтракції показує, що дана форма промислового співробітництва (взаємодії) між великими підприємствами і дрібними

виробниками, широко використовувана в розвинених індустріальних країнах, дозволила досягти їм високої ефективності і конкурентоспроможності промислового виробництва.

На основі критичного аналізу зарубіжного досвіду виділено три моделі розвитку субконтрактних відносин та представлено основні риси, які їх характеризують (табл. 1).

Таблиця 1.

Порівняльна характеристика моделей субконтрактації

Ознака порівняння	Американська модель	Японська модель	Європейська модель
Критерії вибору виконавця замовлення	Ціна, термін виконання замовлення, гнучкість договірних відносин	Якість, надійність партнерів, рівень ноу-хау	Якість, термін виконання замовлення
Тривалість відносин між партнерами по кооперації	Короткострокові відносини в рамках одного певного замовлення	Довгострокові довірчі відносини	Відносно короточасні стосунки в рамках конкретних проектів (довгострокові відносини при наявності у субпідрядника специфічних активів)
Структура побудови відносин	Горизонтальна структура - один великий контрактор і коло малих підприємств-субконтракторів, що виконують кінцеві виробничі операції	Ієрархічна система (піраміда): контрактор - два або три рівні фірм-субконтракторів	Багатомірна матрична модель

Запропоновано внести додаткову класифікаційну ознаку - «використання учасниками субконтрактації інформаційних технологій».

Дана класифікаційна ознака передбачає такі можливості для підприємств-учасників, як:

• налагодження взаємодії між підприємствами-учасниками та Центром субконтрактації щодо послуг, які пропонуються (онлайн – біржи, онлайн дослідження, онлайн консалтинг). Наявність даних послуг по суті створює інноваційну інфраструктуру Центру субконтрактації. Користування даними послугами не є обов'язковою умовою, однак може обмежувати можливості підприємств та знижувати їх конкурентоспроможність на сучасному промисловому ринку.

Наявність інфраструктури підтримки є об'єктивно необхідною і серед основних її задач є такі:

- 1) здійснювати допомогу у пошуку партнерів;
- 2) надавати необхідну інформацію про потенційні ринки збуту, конкурентів, тенденції розвитку ринків;

- 3) надавати консультації в сфері промисловості;

- 4) забезпечувати комфортні умови здійснення бізнесу.

- кооперуватись стосовно виробництва інформаційних товарів. Можливості застосування інтернет-технологій дозволяють виконувати такі функції, як представлення товарів та послуг та необхідної інформації про них; онлайн оформлення замовлення; отримання оплати та відправка товару (тільки для інформаційних продуктів);

- передбачає використання змішаної форми кооперації, тобто застосування онлайн-послуг та кооперацію щодо виробництва інформаційних товарів.

Використання інформаційної складової в налагодженні субконтрактних відносин дозволяє стирати кордони не тільки між областями на території України, але й виходити на міжнародні ринки.

Інфраструктурну підтримку розвитку коопераційних зв'язків різномасштабних підприємств здійснюють центри субконтрактації. Як показує світовий досвід Центри субконтрактації виникають в місцях скупчення промислових підприємств різних розмірів.

Центр субконтрактації - організація, що сприяє розвитку підприємництва в промисловості і формує інфраструктуру промисловості на міжрегіональному, регіональному чи локальному рівнях. [3, с.].

Основною функцією Центру є забезпечення зв'язку між великими і малими підприємствами. Одержувана Центром інформація обробляється, систематизується, уточнюється і

вноситься в базу даних з докладним описом виробничих можливостей малих і великих підприємств (виробничі потужності, спеціалізація, технічні характеристики і специфікації верстатів і обладнання, якість продукції та обсяг вільних потужностей, які можуть бути задіяні для виконання субконтрактних робіт і ін.). З цією інформацією співробітники Центру виходять на керівництво великих підприємств – потенційних замовників, з якими обговорюються потреби їхніх підприємств в комплектуючих, а також здійснюється допомога в подальшому виборі з бази даних Центру можливих виконавців замовлення – субконтракторів.

Центри субконтрактації надають промисловим підприємствам послуги за напрямками:

- пошук партнерів по виробничій кооперації: залучення і розміщення коопераційних замовлень, пошук і кваліфікаційний відбір партнерів по кооперації;

- підвищення конкурентоспроможності на ринку субконтрактних поставок: маркетинг, формування баз даних, конкурентний аналіз, організаційні поліпшення субконтрактного підприємства;

- розробка, впровадження та сертифікація систем менеджменту відповідно до вимог міжнародних стандартів серії ISO;

- консультування з форм і механізмів державної підтримки малих і середніх виробничих підприємств та ін. [4].

Але далі виникає ряд специфічних питань, пошук відповідей на які найчастіше не під силу потенційним учасникам коопераційної взаємодії. У числі першочергових питань – необхідність створення постійно діючої системи інформаційної підтримки пошуку партнерів.

Під час першого створення такої інформаційної системи необхідно накопичити певну «критичну масу» технологічних запитів та інноваційних пропозицій, яка з одного боку, стала б достатньою для пошуку потрібного партнера, а з іншого – могла б сама стати серйозним фактором досягнення економічного ефекту, підвищення якості продукції та зниження витрат на її виробництво. Моделлю такої системи може стати досвід функціонування в Інтернеті систем субконтрактації,

структурною одиницею яких є Центри субконтрактації. Вони є необхідною складовою інфраструктури ринку субконтрактації.

Інформаційна система субконтрактації - спеціалізований Інтернет-ресурс для пошуку партнерів по виробничій кооперації.

Інформаційна система субконтрактації повинна включати в себе:

- базу даних виробничих можливостей промислових підприємств, деталізованих до рівня окремого виробничого замовлення;

- базу даних замовлень, і інформацію про підприємства – замовників;

- базу даних попиту і пропозицій по виробничому обладнанню;

- базу даних попиту і пропозицій по виробничих приміщеннях [5, с.14-17].

Всі бази даних повинні бути виконані в єдиному форматі та об'єднані автоматизованою системою пошуку. Пошук замовлень і Постачальників здійснюється за класифікаторами основних видів діяльності підприємств, субконтрактної продукції, субконтрактних виробничих процесів, прийнятим в ЄС. Інформаційна система субконтрактації забезпечує швидкий і зручний пошук партнерів за виробничою кооперацією – як постачальників, так і замовників.

Інформаційна система субконтрактації дозволяє:

- підприємствам-замовникам (виконавцям) швидко знайти Постачальника за різними параметрами (область, наявність необхідних технологій, виробленої продукції та ін.);

- підприємствам-постачальникам (субконтракторів) оперативно знайти необхідне їм замовлення, а також оцінити можливість його виготовлення.

Структура і методики, які реалізуються інформаційною системою субконтрактації, дозволяють швидко знайти замовлення щодо необхідної технологічної операції. Інформація про замовлення (креслення, виробнича програма, матеріал, ціна, додаткові вимоги) допомагає реально оцінити можливість виконання замовлення [6, с. 86-88].

Принцип роботи Центру субконтрактації зображено на рис.3.

Пошук замовлень і постачальників здійснюється за класифікаторами основних видів діяльності підприємств, субконтрактною продукції, субконтрактних виробничих процесів, прийнятих в ЄС. Інформаційна система субконтрактації забезпечує швидкий і зручний пошук партнерів за виробничою кооперацією - як постачальників, так і замовників, при цьому використовуючи інтернет-ресурси.

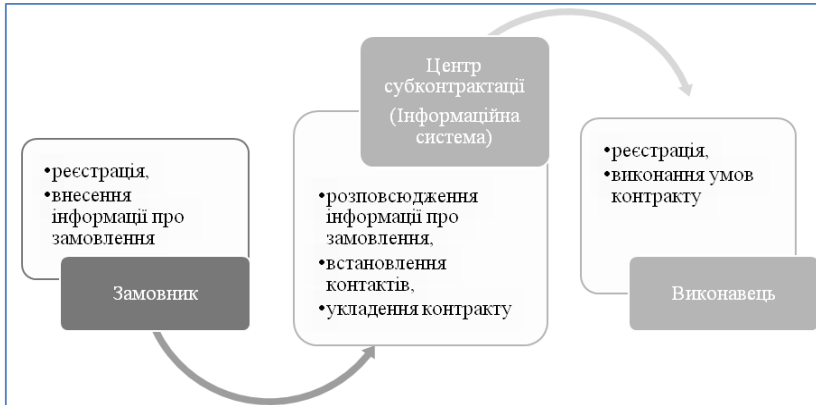


Рис.3. Схема роботи Центру субконтрактації

На рис.4. запропонована можлива організаційна структура Центру субконтрактації.

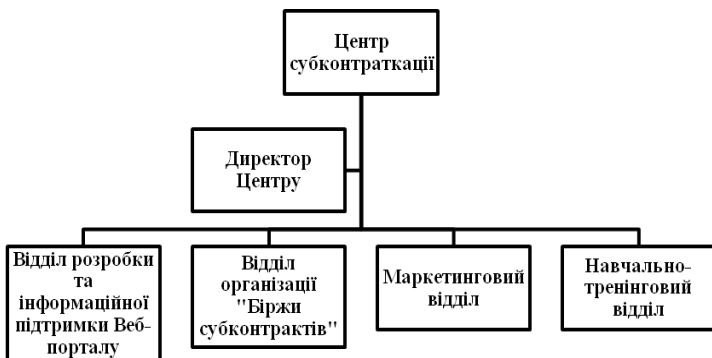


Рис. 4. Організаційна структура Центру субконтрактації

Фінансування діяльності Центру субконтрактації здійснюється, як правило, за рахунок наступних джерел:

1. Засоби, що надаються організацією – засновником.

2. Кошти, отримані Центром від реалізації послуг:

- послуги підприємствам - виконавцям (пошук постачальників і інші);

- послуги малим підприємствам – субконтракторам (маркетингові, консалтингові та інші).

3. Кошти, отримані Центром від підприємств за надання стандартного набору послуг і представлення інтересів протягом обумовленого періоду часу (наприклад, 1 року).

Найчастіше діяльність Центру починається з першого варіанту фінансування (за рахунок коштів засновників), потім поступово відбувається збільшення частки коштів, одержуваних від надання послуг.

Необхідна грамотна маркетингова діяльність Центру по створенню та просуванню своїх послуг з метою прискорення комерціалізації даного проекту. Як і для будь-якого підприємства в ринковому середовищі, маркетинг Центру субконтрактації передбачає:

- вивчення особливостей маркетингового середовища даного територіально-господарського утворення, у тому числі макро- і мікроринкового середовища;

- формування маркетингової системи інформації даного Центру; проведення систематичних маркетингових досліджень по динаміці і тенденціям попиту і пропозиції на ринку пропонуваніх Центром послуг;

- сегментування ринку і вибір своїх ринкових ніш: визначення своєї цільової аудиторії; за допомогою маркетингових досліджень розуміння поведінки споживачів для їх ефективної пропозиції і реалізації; позиціонування Центру на локальному, державному та міжнародному ринку інноваційних продуктів і послуг;

- маркетингове стратегічне планування: дослідження конкурентного середовища та оцінка своїх конкурентних переваг, вибір стратегії розвитку і складання плану;

- розробка комплексу маркетингу: товарної, цінової, комунікативної політики і політики розподілу продукції і послуг Центру;

- маркетинговий контроль і аудит діяльності Центру, перевірка отриманих результатів і коригування з тактичними планами маркетингової діяльності [7, с.100-106].

Від діяльності Центру субконтрактації як інфраструктурного об'єкта підтримки суб'єктів підприємництва передбачається синергетичний ефект за рахунок ряду наступних можливостей:

1. Економії, викликаній зростанням масштабів діяльності - при збільшенні обсягу виробництва знижується середня величина витрат на одиницю продукції. Субконтрактинг дозволяє розподіляти постійні витрати підприємства на інші фірми і на більшу кількість продукції, що випускається. Основна ідея полягає в тому, щоб при зростанні обсягу виробництва і продажів більш ефективно використовувати наявні ресурси (наприклад, наростити обсяг роботи на менших потужностях, з використанням меншої чисельності працівників).

2. Сприятливе комбінування взаємодоповнюючих ресурсів. Субконтрактація підвищує гнучкість і можливість для ринкового маневру з метою забезпечення більш вигідного поєднання чинників і ресурсів у порівнянні з іншими підприємствами, дозволяє використовувати багатоканальні джерела ресурсів зовнішнього середовища, впроваджувати стратегічні цілі і домогтися результату, який не можна отримати при аналогічних витратах, але з використанням інших підходів до управління підприємствами.

3. Субконтрактинг дозволяє забезпечити економію витрат за рахунок зниження частки трансакційних витрат, які неминучі в сучасних ринкових відносинах.

4. Важливим фактором застосування субконтрактації є можливість взаємодоповнюваності його учасників в сфері НДДКР, яка призводить до поглиблення поділу і спеціалізації підприємств.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Дослідження результатів діяльності господарюючих суб'єктів різних країн показує тісну кореляцію між розвиненістю застосування субконтрактації і рівнем конкурентоспроможності та ефективності підприємств.

Однак застосування субконтрактації не тільки забезпечує підвищення ефективності окремого підприємства, а

ще й створює можливість перегрупування людських, організаційних, матеріальних і фінансових ресурсів для формування нових сфер діяльності, розвитку взаємопов'язаних напрямків, здатних створювати ефект мультиплікативності в економіці. Таким чином показано можливості використання субконтрактації для промислових підприємств України в сучасних умовах та перспективність формування відповідно Центрів субконтрактації, як інфраструктурних елементів розвитку економіки.

Література

1. Литовченко І.Л. Дослідження поняття «субконтрактація» як сучасної форми виробничої кооперації / І.Л. Литовченко, Я.А. Хмелярова // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. - №11. – С.75-79. – Режим доступу до матер.: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_11/102.pdf.

2. Христофорова Л. В. Проблемы формирования понятия субконтрактинг в «новой экономике» //Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2014. – №. 2. – С. 34-37.

3. Авдієнко Я.А. Міжрегіональні Центри кон'юнктурних досліджень та просування інноваційної продукції на зовнішні та внутрішні ринки — як сучасні інституціональні одиниці у просуванні наукових розробок українських розробників і виробників на експорт. Рекомендації зі створення центрів комерціалізації технологій / Я.А. Авдієнко // Кон'юнктурний супровід інноваційної продукції та послуг: монографія / за заг. ред. В. А. Карпова. – Одеса: ОНЕУ, 2018. – С. 134-142 (21,1 д.а.).

4. Информационная система субконтрактации – пример эффективного применения информационных технологий для развития малого бизнеса [Электронный ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://subcontract.ru/Docum/DocumList_DocumFolderID_16.html.

5. Щербак А. В. Підтримка субконтрактації – важливий напрям промислової політики / А. В. Щербак // Економіст. – 2016. – №1. – С. 14-17.

6. Шлафман Н. Л. Интернет-технології забезпечення механізму субконтрактації у промисловості // Науковий вісник

Полтавського університету споживчої кооперації України. Серія: Економічні науки. - 2008. - № 1. С. 86–88.

7. Авдієнко Я.А. Імплементация в систему субконтрактних відносин аналітично-маркетингової складової / Авдієнко Я.А., Зінковська Д.В. // Бізнес-навігатор. – 2018. – № 2-1 (45). – С.100-106

1. Ly`tovchenko I.L. Doslidzhennya ponyattya «subkontraktaciya» yak suchasnoyi formy` vy`robnny`choyi kooperaciyi / I.L. Ly`tovchenko, Ya.A. Xmelyarova // Naukovy`j visny`k Xersons`kogo derzhavnogo universy`tetu. – 2015. - #11. – S.75-79. – Rezhy`m dostupu do mater.: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_11/102.pdf.

2. Khristoforova L. V. Problemy formirovaniya ponyatiya subkontraktning v «novoy ehkonomike» //Intellekt. Innovatsii. Investitsii. – 2014. – №. 2. – S. 34-37

3. Avdiyenko Ya.A. Mizhregional`ni Centry` kon'yunkturny`x doslidzhen` ta prosuvannya innovacijnoyi produkciyi na zovnishni ta vnutrishni ry`nky` – yak suchasni insty`tucional`ni ody`ny`ci u prosuvanni naukovy`x rozrobok ukrayins`ky`x rozrobnny`kiv i vy`robnny`kiv na eksport. Rekomendaciyi zi stvorennya centriv komercializaciyi texnologij / Ya.A. Avdiyenko // Kon'yunkturny`j suprovid innovacijnoyi produkciyi ta poslug: monografiya / za zag. red. V. A. Karpova. – Odesa: ONEU, 2018. – S. 134-142 (21,1 d.a.).

4. Informatsionnaya sistema subkontraktatsii – primer ehffektivnogo primeneniya informatsionnykh tekhnologiy dlya razvitiya malogo biznesa [Ehlektronnyy resurs] – Rezhim dostupu do resursu:

http://subcontract.ru/Docum/DocumList_DocumFolderID_16.html.

5. Shcherbak A. V. Pidtrymka subkontraktatsii – vazhlyvyi napriam promyslovoi polityky / A. V. Shcherbak // Ekonomist. – 2016. – №1. – S. 14-17.

6. Shlafman N. L. Internet-tekhnologii zabezpechennia mekhanizmu subkontraktatsii u promyslovosti // Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy. Serii: Ekonomichni nauky. - 2008. - № 1. S. 86–88.

7. Avdiienko Ya.A. Implementatsiia v systemu subkontraktnykh vidnosyn analitychno-marketynhovoi skladovoi /

УДК:658

JEL Classification: L850

Балабаиш Ольга

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ НЕРУХОМОСТІ

У статті наведено аналіз ринку нерухомості, як найважливішої сфери підприємницької діяльності України; визначено основні тенденції та перспективи його розвитку; наведено динаміку введення квартир в експлуатацію та зміни цини на об'єкти нерухомості. Встановлено найкрупніші компанії забудовники Одеси та Одеської області за кількістю об'єктів; наведено найбільш популярні новобудов Одеси за статистикою переглядів сторінок. Обґрунтовано особливі напрями економічного вивчення процесів, що протікають на ринку нерухомості. Ринок девелопменту в Україні активно займається просуванням власних брендів і, відповідно, закріпленням позицій компанії у свідомості споживачів. Зокрема, це стосується і сегменту житлової нерухомості, тому у статті розглянуто основні засоби зовнішніх комунікацій, що дозволяють бізнесу спростити пошук потенційних споживачів, які з великою ймовірністю зацікавлені в послугах, що пропонуються, організувати просування з найбільшим економічним ефектом. Розглянуто питання щодо організаційного забезпечення процесу управління зовнішніми комунікаціями на підприємствах на сучасному етапі розвитку української економіки. Обґрунтовано доцільність формування стратегічних напрямів розвитку підприємств на ринку нерухомості на основі сучасних бізнес-моделей, побудованих на засадах клієнтоорієнтованості. Розглянуто бізнес-модель PropTech, що здатна поєднати в собі інструменти, які