

РОЗДІЛ 8. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ДИНАМІКИ ВИРОБНИЧО-ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ СУЧАСНОГО РЕГІОНУ FACTORS OF INFLUENCE ON FORMING DYNAMICS OF PRODUCTION OF INDUSTRIAL PRODUCTION IN THE MODERN REGION

УДК 339.137.2

Благун І.С.

д.е.н., професор

Прикапатський національний
університет імені Василя Стефаника

Ничик І.Л.

аспірант

Прикапатський національний
університет імені Василя Стефаника

У статті розглянуто основні чинники сучасного регіону. Проаналізовано динаміку виробничо-промислової продукції регіону. Проаналізовано логістичну інфраструктуру регіону. Розглянуто групу показників оцінки рівня розвитку логістичної інфраструктури регіону.

Ключові слова: чинники регіону, чинники безпосереднього впливу, чинники опосередкованого впливу, первинні чинники, районоутворення, ринок із низькою конкуренцією.

В статье рассмотрены основные факторы современного региона. Проанализирована

динамика производственно-промышленной продукции региона.

Ключевые слова: факторы региона, факторы непосредственного влияния, факторы косвенного воздействия, первичные факторы, районоутворення, рынок с низкой конкуренцией.

The article deals with the main factors of the modern region. The dynamics of production industrial production of the region is analyzed.

Key words: factors of the region, factors of direct influence, factors of mediated influence, primary factors, zoning, market with low competition.

Постановка проблеми. Кожен регіон України має свої специфічні властивості, котрі створюють конкурентні переваги в розвитку його господарства. До того ж, у сьогоднішніх умовах господарювання кожен регіон веде боротьбу та змагається на ринку за обмежені природні ресурси, дешеві кредитні ресурси, висококваліфіковані трудові ресурси, іноземні та вітчизняні інвестиції, інформаційні ресурси тощо. У таких умовах аналіз чинників формування конкурентних переваг стає все більш актуальним та вимагає розробки механізмів раціонального й ефективного використання наявних, набутих та зовнішніх конкурентних переваг кожного регіону з метою його збалансованого соціально-економічного розвитку і забезпечення на цій основі належного рівня життя людей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Вчення про чинники регіонального розвитку традиційно належить до числа базових наукових категорій як суспільної географії, так і регіональної економіки. Найбільш повно система чинників регіонального розвитку представлена у наукових дослідженнях з проблем розміщення продуктивних сил, районоутворення, регіонального прогнозування та управління, регіональної політики. Найбільший внесок у вивчення системи чинників в суспільній географії стосовно розміщення продуктивних сил та регіонального розвитку забезпечили М. Пістун, О. Топчієв, В. Лажнік, С. Іщук, Я. Олійник, К. Мезенцев та ін. Змістовний внесок для опрацювання концептуальних засад забезпечення конкурентоспроможності регіонів зробили вчені-економісти: П. Беленький, В. Воротін, Т. Ігнатова, Н. Калюжнова, О. Коз-

ловська, Л. Ковальська, В. Куйбіда, С. Максименко, Н. Мікула, Ю. Наврузов, В. Підвисоцький, І. Пилипенко, Л. Чернюк, Р. Фатхудінов та ін.

Серед зарубіжних науковців питання чинників регіональної конкурентоспроможності розглянуті в працях авторів: М. Kitson, R. Martin, P. Tyler, R. Cellini, A. Soci, P. Krugman, L. Vrtenova та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення виробничо-промислової продукції сучасного регіону.

Виклад основного матеріалу. Проведене дослідження дає нам змогу побудувати типологію чинників, що впливають на ринкову вартість підприємства, шляхом поділу їх на такі групи:

1) чинники безпосереднього впливу, величина яких безпосередньо визначає вартість суб'єкта господарювання у випадку застосування дохідного підходу і до яких належать: сподіваний прибуток підприємства та прогнозний тренд його зміни, відносна (у частках одиниці) премія за ризик у ставці капіталізації, відносна премія за ліквідність у ставці капіталізації, безризикова ставка дисконту, інші види надбавок, що включаються у ставку капіталізації, за допомогою якої визначається ринкова вартість цього підприємства;

2) чинники опосередкованого впливу, які визначають ринкову вартість підприємства шляхом дії на чинники безпосереднього впливу.

Основними чинниками опосередкованого впливу є:

– сподівані доходи підприємства та тенденція їх зміни, а також його сподівані витрати та тенденція їх зміни у часі (ці чинники визначають величину та тренд сподіваного прибутку підприємства);

– рівень коливань сподіваного прибутку, його імовірність та її динаміка у часі (ці чинники визначають премію за ризик у ставці капіталізації);

– час, необхідний для продажу підприємства та окремих його активів за ринковою вартістю (цей чинник безпосередньо визначає премію за ліквідність у ставці капіталізації);

– стан економіки та кон'юнктура фінансових ринків (цей чинник визначає без ризикову ставку дисконту);

– складність управління підприємством та рівень інфляції і тенденції його зміни (ці чинники визначають розмір інших видів надбавок, що включаються у ставку капіталізації, за допомогою якої визначається ринкова вартість цього підприємства);

3) первинні чинники – базові фактори, що лежать в основі формування ринкової вартості суб'єкта господарювання. Своєю чергою ці чинники можна поділити на п'ять груп, а саме:

– чинники, що характеризують товарні ринки, на яких працює підприємство (рівень конкуренції на ринках та його динаміка, кон'юнктура ринків, еластичність попиту на продукцію тощо);

– чинники, що характеризують продукцію підприємства (структура виробничої програми підприємства, якість продукції, натуральні обсяги її виробництва тощо);

– чинники, що характеризують ресурси підприємства та систему менеджменту на ньому (ціни на ресурси, якість виробничих ресурсів та технологій, ефективність використання ресурсів, рівень організації виробництва та системи менеджменту на підприємстві, розмір нематеріальних ресурсів підприємства тощо);

– чинники, що характеризують активи та пасиви підприємства (склад та структура активів і пасивів підприємства);

– макроекономічні чинники (стан бюджетно-кредитної системи країни, параметри регуляторної політики, темпи та пропорції економічного росту в країні, стан світових ринків тощо).

Стосовно можливостей підприємства управляти чинниками, які впливають на формування його ринкової вартості, ці чинники можна поділити на дві групи:

- некеровані, до яких належать чинники, що характеризують товарні ринки, на яких працює підприємство, та макроекономічні чинники;

- керовані, до яких належать: чинники, що характеризують продукцію підприємства, чинники, що характеризують ресурси підприємства та систему менеджменту на ньому, а також чинники, що характеризують активи та пасиви підприємства.

Запропонована типологія чинників впливу на ринкову вартість підприємства виступає як проміжна ланка для подальших досліджень закономірностей механізму такого впливу. Зокрема,

виокремлення як чинника впливу на величину ринкової вартості підприємства рівня конкуренції на ринках збуту його продукції та динаміки цього рівня дало нам змогу провести градацію ринків за цими параметрами та виявити характерні особливості застосування дохідного підходу для кожного з таких типів ринків:

1. Ринок із низькою конкуренцією, що збережеться протягом тривалого проміжку часу, та із перспективою подальшого зростання попиту на продукцію підприємства-монополіста. На цьому ринку підприємство-монополіст отримує надприбуток від свого становища; при цьому процес такого отримання буде тривати необмежено довго та існують перспективи поступового нарощування виробництва та збуту цим підприємством продукції зі збереженням можливості надходження надприбутку. За таких умов під час оцінювання вартості підприємства у величину його чистого грошового потоку потрібно включати надприбуток з урахуванням того, що він буде надходити протягом необмеженого проміжку часу; також потрібно враховувати перспективи його зростання надалі та можливість реінвестування отриманого прибутку підприємства у його подальший розвиток.

2. Ринок із низькою конкуренцією, що збережеться протягом тривалого проміжку часу, та без перспектив подальшого зростання попиту на продукцію підприємства-монополіста. На такому ринку підприємство-монополіст отримує надприбуток від свого становища на ринку; при цьому процес такого отримання буде тривати необмежено довго, однак, відсутні перспективи поступового нарощування виробництва та збуту цим підприємством продукції зі збереженням можливості надходження надприбутку. За таких умов під час оцінювання вартості підприємства у величину його чистого грошового потоку потрібно включати надприбуток з урахуванням того, що він буде надходити протягом необмеженого проміжку часу, однак, враховувати перспективи його зростання надалі та можливість реінвестування прибутку підприємства у його розвиток не потрібно.

3. Ринок із низькою конкуренцією, що збережеться протягом деякого обмеженого проміжку часу, та з перспективою зростання попиту на продукцію підприємства-монополіста. За таких умов під час оцінювання вартості підприємства у величину його чистого грошового потоку потрібно включати надприбуток з урахуванням того, що він буде надходити протягом обмеженого проміжку часу; також потрібно враховувати перспективи його зростання надалі та можливість реінвестування прибутку підприємства у його розвиток.

4. Ринок із низькою конкуренцією, що збережеться протягом деякого обмеженого проміжку часу, та без перспектив подальшого зростання попиту на продукцію підприємства-монополіста.

За таких умов під час оцінювання вартості підприємства у величину його чистого грошового потоку потрібно включати надприбуток з урахуванням того, що він буде надходити протягом обмеженого проміжку часу, однак, враховувати перспективи його зростання надалі та можливість реінвестування прибутку підприємства у його розвиток не потрібно.

5. Ринок із високим ступенем конкуренції, за якого стан рівноваги на ньому настає досить швидко. За таких умов під час оцінювання вартості підприємства у величину його чистого грошового потоку не потрібно включати надприбуток; також не потрібно враховувати перспективи зростання прибутку надалі та можливість реінвестування прибутку підприємства у його розвиток.

Промисловість є ключовим елементом економічної системи України, який визначає місце національної економіки в міжнародному поділі праці, динаміку її конкурентоспроможності. Темпи розвитку промислового сектора в значній мірі детермінують якість та спрямованість економічного зростання країни.

Промисловий розвиток є фундаментом для становлення інших секторів економіки країни. При цьому ключовими складовими промисловості, що визначатимуть конкурентоспроможність всієї економічної системи країни, стають високотехнологічні виробництва, галузі, які значною мірою визначатимуть розвиток наукоємних та інформаційно-містких видів діяльності, закладають підвалини для формування економіки знань, сприяють зростанню частки високооплачуваної, висококваліфікованої праці. Темпи розвитку промислового сектора значною мірою детермінують якість та спрямованість економічного зростання країни.

Позитивну роль відіграють:

- активізація інвестиційних процесів;
- залучення іноземного капіталу в промисловість України;
- реалізація програм модернізації технологічних потужностей в металургії, хімічній промисловості, нафтопереробці;
- зростання кредитної підтримки розвитку промисловості;
- значне розширення моделей кредитування придбання непродовольчих товарів довгострокового використання;
- підвищення якості української продукції інвестиційного призначення;
- активізація попиту на інвестиційні товари (виробниче обладнання) з боку вітчизняних виробників внаслідок розширення інвестиційної діяльності;
- продовження позитивної динаміки розвитку будівництва і транспорту, що сприяло підвищенню попиту на продукцію машинобудування, металургійної, деревообробної промисловості, виробництво будівельних матеріалів і скловиробів;

- стабільне підвищення доходів населення;
- стабілізація з другого кварталу цін на металопродукцію на світових ринках;

Негативними чинниками розвитку промисловості є:

- обмеженість сировинного забезпечення вітчизняної промисловості;
- зростання вартості сировинних ресурсів на світовому ринку, зокрема: енергетичних ресурсів (нафти і газу), деревини, сільськогосподарської продукції;
- зростання витрат підприємств внаслідок зростання вартості газу, збільшення транспортних витрат внаслідок підвищення тарифів на транспортні перевезення, зростання вартості як власних, так і імпортованих сировинних, подальшого підвищення рівня заробітної плати найманих працівників;
- як наслідок вище наведеного, високі темпи зростання оптових цін, які склали в машинобудуванні, хімічній та нафтохімічній промисловості, виробництві та розподіленні електроенергії, газу та води, металургійному виробництві та виробництві готових металевих виробів, виробництві харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів, виробництві іншої неметалевої мінеральної продукції;
- виникнення дефіциту кваліфікованих робітників у ряді галузей переробної промисловості, що є стримуючим чинником розвитку галузей вищих переділів.

Важливим чинником підвищення конкурентоспроможності виробничого потенціалу промислових підприємств є забезпечення їх фахівцями високого рівня кваліфікації, серед яких чільне місце повинно належати інженерно-технічним працівникам, управлінцям та висококваліфікованим робітникам, тобто йдеться про необхідність істотного підвищення креативності персоналу, його здатності освоювати новітні технології виготовлення продукції і в такий спосіб підвищувати конкурентоспроможність виробничого потенціалу підприємств. Досягнення таких цілей можливе не тільки за рахунок істотних змін у структурі персоналу промислових підприємств, незважаючи на те, що вони надзвичайно вагомі. Очевидним є те, що нарощування потенційних конкурентних можливостей промислових підприємств значною мірою залежить від рівня організації мотивації працівників промислових підприємств та її удосконалення. Насамперед стимулювання праці повинно здійснюватися за конкретні результати, які здійснили виконавці у системі заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності виробничого потенціалу промислових підприємств. Крім того, у системі організації стимулювання персоналу повинні братися до уваги такі складові, як рівень компетентності, інноваційності, можливість вирішення складних питань під час вибору варіантів

розвитку виробничого потенціалу та підвищення його конкурентоспроможності. До того ж повинна також враховуватись і ринкова цінність пропозицій працівників, що пропонуються для впровадження у конкретних виробничих підрозділах з метою підвищення їх конкурентоспроможного потенціалу. До того ж в усіх випадках особливу увагу треба звертати на досягнення індивідуальних результатів працівниками, величина матеріальної винагороди яких повинна завжди узгоджуватись з досягнутими ними результатами під час виконання поставлених перед ними конкретних завдань.

Удосконалення механізму мотивації персоналу повинно бути спрямоване не тільки на об'єктивне визначення винагороди за високопродуктивну і якісну працю у вирішенні проблем підвищення конкурентоспроможності виробничого потенціалу промислових підприємств, що надзвичайно важливо, а й стимулювати постійне підвищення фахового рівня працівників з тим, щоб вони були здатні освоювати на підприємствах новітні технології виготовлення виробів із інноваційним наповненням, що користуються підвищеним попитом на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Висновки з проведеного дослідження. Чинники, що впливають на ринкову вартість підприємства, можна поділити на три групи, а саме: чинники безпосереднього впливу, чинники опосередкованого впливу та первинні чинники. Своєю чергою, первинні чинники можна поділити на такі групи: чинники, що характеризують товарні ринки, на яких працює підприємство; чинники, що характеризують продукцію підприємства; чинники, що характеризують ресурси підприємства та систему менеджменту на ньому; чинники, що характеризують активи та пасиви підприємства; макроекономічні чинники. Виокремлення як чинника впливу на величину ринкової вартості підприємства рівня конкуренції на ринках збуту його продукції та динаміки цього рівня дало змогу провести градацію ринків за цими параметрами та виявити характерні особливості застосування дохідного підходу для кожного з таких типів ринків: ринок із низькою конкуренцією, що збережеться протягом тривалого проміжку часу, та з перспективою подальшого зростання попиту на продукцію підприємства; ринок із низькою конкуренцією, що збережеться протягом тривалого проміжку часу, та без перспек-

тив подальшого зростання попиту на продукцію підприємства; ринок із низькою конкуренцією, що збережеться протягом деякого обмеженого проміжку часу, та з перспективою зростання попиту на продукцію підприємства; ринок із низькою конкуренцією, що збережеться протягом деякого обмеженого проміжку часу, та без перспектив подальшого зростання попиту на продукцію підприємства; ринок із високим ступенем конкуренції, за якого стан рівноваги на ньому настає досить швидко. Запропоновані моделі оцінювання вартості підприємств за дохідним підходом, що передбачають урахування чинника конкуренції на ринку та наявності у підприємства можливості певний час реінвестувати свій прибуток за ставкою, що перевищує ставку дисконту, дадуть змогу підвищити рівень вірогідності результатів визначення ринкової вартості підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Адамюк В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / В. Адамюк, Г. Вербицька // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2008. – № 1-2. – С. 10-12.
2. Биркович В.І. Державне регулювання сфери туризму на регіональному рівні охорони здоров'я: Автореф. дис. ... канд. наук з держ.упр.: 25.00.02. – Запоріжжя, 2007. – 20 с.
3. Грицишин Н. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / Н. Грицишин // Вісник Львівського національного університету імені Івана Франка. Серія економічна. – 2004. – Вип. 33. – С. 431-436.
4. Джоббер Д. Принципы и практика маркетинга. – К.: Вільямс, 2000. – 677 с.
5. Красовська Т.В. Конкурентоспроможність підприємства як основа формування конкурентних переваг держави / Т.В. Красовська // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2008. – Вип. 6. – С. 193-197.
6. Ларіна Р.Р. Логістика: Навч. посібник. – Донецьк: Дон ДУУ, 2010. – 277 с.
7. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія. – К.: КНЕУ, 2001. – 227 с.
8. Портер М. Конкуренція: Пер. с англ.: Уч. пос. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 495 с.
9. Райзберг Б.А. Курс управления экономикой. – СПб.: Питер, 2003. – 528 с.