

**Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)**

**Ефективна  
ЕКОНОМІКА**

Дніпропетровський державний  
аграрно-економічний університет



№ 11, 2016

[Назад](#)[Головна](#)

0 0 0 0 0 0 0 0 0

УДК 339.1

О. Є. Джур,

*к. т. н., доцент, доцент кафедри менеджменту та туристичного бізнесу,  
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро*

## ІЄРАРХІЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАМІРІВ В УПРАВЛІННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА КОСМІЧНОЇ ГАЛУЗІ

О. Y. Dzhur,

*PhD, associate professor, assistant professor of management and tourism business,  
Oles Honchar Dnipropetrovsk National University, Dnipro*

### THE HIERARCHY OF STRATEGIC INTENTIONS IN MANAGING OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISE OF SPACE INDUSTRY

*Стаття містить результати дослідження теоретико-методологічних аспектів формування ієрархії стратегічних намірів підприємства космічної галузі, що прагне бути успішним лідером у створенні та наданні продукції космічного призначення на світовому ринку, забезпечуючи при цьому високі показники ефективності та результативності. Виділені якісні характеристики складових ієрархії стратегічних намірів підприємств космічної галузі та їх конкурентоспроможності, дано визначення та охарактеризовані стратегічні рішення підприємства, що забезпечують його властивості як системи.*

*The article contains the results of the study of theoretical and methodological aspects of the formation of the hierarchy of strategic intent of enterprise space industry that tends to be a successful leader in creating and providing products of space purpose in the world market while providing high performance and efficiency. Marked out qualitative characteristics of components hierarchy of strategic intent of enterprise of space industry and its competitiveness, definition was done and described the strategic decisions of the enterprise, ensuring its properties as a system.*

**Ключові слова:** ієрархія стратегічних намірів, конкурентоспроможність, підприємства космічної галузі, стратегічне рішення, система.

**Keywords:** hierarchy of strategic intentions, competitiveness, enterprise of space industry, strategic decisions, system.

**Постановка проблеми.** Існування високотехнологічних підприємств в структурі будь-якої економічної системи розглядається як результат ефективного управління цією системою та її складовими і вважається основою стійкого розвитку суспільства.

Сучасний стан розвитку космічного ринку товарів та послуг на Україні та на ринку країн СНГ характеризується недостатністю внутрішнього попиту. Фактичні дані та виступи політичних діячів України, керівників відомств, підприємств, установ та організацій космічної галузі свідчать про переважне значення зовнішнього попиту при забезпеченні функціонування та розвитку підприємств космічної галузі. Сучасні організаційно-правові форми підприємств космічної галузі України працюють по кооперації для представлення своєї продукції та послуг космічного призначення на міжнародному ринку космічних товарів та послуг, отже, актуальним є аналіз складових ієрархії стратегічних намірів в процесі формування успішної стратегії підприємств космічної галузі України для досягнення результату та конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значна частина науково-теоретичних досліджень та практичного досвіду формування і застосування ієрархії стратегічних намірів підприємств як основи їх успішної діяльності висвітлена закордонними фахівцями із стратегічного менеджменту та маркетингу такими, як Д.Ф. Абель, А. Вайсман, І. Ансофф, В.А. Вінокуров, О.С. Віханський, Є.П. Голубков, Б. Карлоф, Д. Кенуелл, Ф. Котлер, М. Портер, Д. Сазерленд, Й. Хентце, А. Чандлер та і українськими науковцями - Л.В. Балабановою, Д.Г. Богуном, О.І. Ковтун, Б.М. Мізюк, А.А. Пилипенко, В.С. Пономаренко, Л.М. Романюк, С.В. Оборською, Л.І. Федуловою, З.С. Шершньовою та іншими. Різноманітні актуальні питання розвитку конкурентоспроможного аерокосмічного бізнесу як на внутрішньому так і зовнішньому ринку розглядали С.М. Войт, О.В. Дегтярев, В.П. Горбулін, О.М. Зінов'єв, Л.Д. Кучма, А.І. Шевцов, В.С. Шеховцов, О.В. Пилипенко. Перспективи розвитку космічної галузі України, особливості використання її техніки та технології, завдання щодо використання перспективних результатів космічної галузі висвітлені в працях фахівців фізико-технічного факультету ДНУ імені Олеся Гончара. Деякі принципові моменти формування ієрархії стратегічних намірів сучасного підприємства космічної галузі представлені автором в роботі [1].

**Постановка завдання.** Метою статті є аналіз методологічних аспектів формування категорії «ієрархія стратегічних намірів підприємства», що визначають стратегічні рішення підприємства, забезпечують його властивості як системи та успішний результат у структурі організаційно-економічного механізму (ОЕМ) управління конкурентоспроможністю підприємства космічної галузі.

**Виклад основного матеріалу.** Сучасні підприємства космічної галузі України представляють собою відкриті системи, що функціонують в умовах нестабільного внутрішнього політико-економічного становища країни, намагаються конкурувати та співпрацювати із досвідченими, високо організованими підприємствами Європи та Америки. Важливим кроком в досягненні успіху, результативності та ефективності – ознаками конкурентоспроможності високотехнологічного підприємства є розробка ієрархії стратегічних намірів, як основи розробки стратегії та досягнення запланованих показників результативності та успіху підприємства.

Різноманітні визначення методологій як «вчення про науковий метод пізнання; сукупність методів, що застосовуються в окремих науках» [2], «вчення про методи пізнання та перетворення дійсності» [3], «вчення про організацію управлінської діяльності» [4] або сукупності практичних моделей, методик та схем для

розв'язання поставленої проблеми [5] вказує на необхідність розгляду в структурі методології характеристик діяльності – особливостей, принципів, умов, норм діяльності. Саме ці характеристики початково формують і визначають індивідуальний та неповторний образ підприємства.

Людина за своєю сутністю є частиною природи та космосу. Ми живемо у світі, що циклічно змінюється. На протязі життя людини відбувається чергування підйому та спаду дій різних сил та явищ світу, в тому числі і життєвих сил людини. Ритмічна активність – це одна із важливих та фундаментальних властивостей живої матерії. Природні ритми та фактори – зміна пор року, дня та ночі, рух планет, стан навколишнього середовища впливають на наше життя, здійснюють синхронізацію людської діяльності, вказують на своєчасність та доцільність певних дій, спонукають людей до вписування в чергу змін. Отже, буття людини пов'язано із безперервними змінами, передбачає постійну відмову від стереотипів і минулих крапок рівноваги. Академік В.М. Глушков бачив формулу успіху в галузі науки та техніки як «необхідна ідея в необхідному місці та в необхідний час». Історія свідчить про складності стиковки цих складових, коли створюється не тільки те, що необхідно суспільству в даний час, а й випереджальні розробки, які не мають тривалий час застосування в суспільстві. Сучасні індивідууми, окремі суспільства та їх уряди зацікавлені не тільки у довгостроковому виживанні. Як аксіома виглядає вимога до своєчасної трансформації підприємства, як основи успіху, з метою створення додаткової цінності для споживача. Особлива увага приділяється самоорганізації на основі загального бачення. Підприємство, що саморозвивається здатне здійснювати планомірні переходи на новий рівень розвитку при збільшенні повноти реалізації підприємством своєї місії та своєчасним випередженням внутрішніх та зовнішніх негативних тенденцій.

Схема досягнення успіху та результатів ефективності підприємства космічної галузі потребує грамотне здійснення стратегічних рішень підприємства, що забезпечує його властивості як системи, а саме «цілісного комплексу взаємопов'язаних компонентів, що мають особливу єдність із зовнішнім середовищем і представляє собою підсистему системи більш високого порядку (глобальної системи), єдність системи із зовнішнім середовищем визначає її взаємозв'язок із дією об'єктивних економічних законів» [6, с. 63]. При цьому властивості системи розподіляють на чотири групи, що характеризують:

1) сутність та складність системи (первинність цілого (системи), неадитивність, розмірність, складність структури, жорсткість, вертикальна цілість, горизонтальна відособленість, ієрархічність, множинність (різна глибина опису);

2) властивості, що характеризують зв'язок системи та зовнішньої середовища (взаємозалежність системи та зовнішнього середовища, ступінь самостійності, відкритість, сумісність);

3) властивості, що характеризують методологію цілепокладання системи (цілеспрямованість, спадковість, пріоритет якості, пріоритет інтересів (цілей) системи більш високого рівня, надійність, оптимальність, невизначеність інформаційного забезпечення, емерджентність, мультиплікативність);

4) властивості, що характеризують параметри функціонування і розвитку системи (безперервність функціонування та розвитку; альтернативність шляхів функціонування та розвитку, синергічність, інерційність, адаптивність, організованість, рівень стандартизації, інноваційний характер розвитку) [6, с.70-76].

До числа стратегічних рішень у практиці стратегічного менеджменту відносять питання реконструкцію підприємства, впровадження нововведень (нова продукція, нові технології), організаційні зміни (зміни організаційно-правової форми підприємства, структури виробництва і управління, нові форми організації та оплати праці, взаємодії з постачальниками і споживачами), вихід на нові ринки збуту, придбання, злиття підприємств тощо. В будь-якому випадку, ці рішення орієнтовані на майбутнє.

Аналізуючи історію відомих аерокосмічних компаній, можна визначити, що *готовність створення нового блага для людей (підприємства, товару, послуги і т.д.), яке супроводжується новими кроками по реалізації ментального задуму та розібране в деталях, передбачає особисту відповідальність кожного відображає сутність стратегічних рішень підприємства космічної галузі та його властивості як системи.*

Під стратегічним наміром розуміють результати, яких намагається досягти організація. Ці стратегічні результати, які переслідує підприємство, можуть бути дуже широкими (бачення (подання), місія) або більш вузькими (цілі та завдання). Одним з найбільш відповідальних обов'язків менеджера є визначення ієрархії стратегічних намірів:

- широке уявлення - бачення, якою організація повинна бути;
- місія організації;
- специфічні цілі, які представляються як різні;
- стратегічні завдання.

Наприклад, на самому широкому рівні, особисті наміри можуть включати уявлення довгого, щасливого, наповненого життя, особливої корисності для держави і людства в цілому, але також можуть мати і більш вузькі та обмежені завдання. Як правило, для досягнення найбільш масштабних намірів необхідно досягти ряду більш вузьких, і таким чином необхідно, щоб широкі і вузькі наміри були узгоджені. Елементи цієї ієрархії, які служать єднанню енергії і сил всього колективу, можуть бути «розосереджені» по організації. Сучасні амбітні очікування аерокосмічних підприємств – лідерів аерокосмічного бізнесу представлені в табл. 1.

Таблиця 1.

## Приклади формулювання різних стратегічних компонентів в ієрархії стратегічних намірів сучасних аерокосмічних компаній

Найменування компанії	Елементи ієрархії стратегічних цінностей
Boeing	<p><b>«Наше бачення.</b> Бачення компанії Boeing: люди працюють разом як глобальне підприємство задля лідерства аерокосмічної промисловості. Як ми досягнемо цього? Діємо як Єдиний Boeing. Доставляємо споживчу вартість. Керуємо інноваціями. Паливний ріст через продуктивність. Система важелів глобальної сили.</p> <p><b>Наші цінності:</b> цілісність, якість, безпека, різноманітність та включення, довіра та повага, корпоративне громадянство, успіх акціонерів».</p> <p>«В Boeing ми спрямовуємо набір ключових цінностей, які не тільки визначають хто ми є, але й також слугують у якості дорожнього знаку для допомоги нам стати компанією якою ми бажаємо стати».</p> <p>«Повсюди в світі працівники Boeing будують щось надзвичайне. Наші інноваційні продукти та рішення перевизначають цілу індустрію»[7].</p>
Lockheed Martin Corporation	<p><b>«Наша місія:</b> Ми вирішуємо комплекс викликів, просуваємо наукові відкриття та доставляємо інноваційні рішення для допомоги нашим споживачам підтримувати безпеку людей та забезпечуємо їм суттєві послуги.</p> <p><b>Наше бачення:</b> Бути глобальним лідером в підтримці наших споживачів для посилення глобальної безпеки, доставляти послуги громадянам, та просувати наукові відкриття.</p> <p><b>Наші цінності:</b> робити те, що правильно; поважати інших; виконувати із високою майстерністю» [8].</p>
SpaceX	<p><b>Місія:</b> «Компанія була створена, ... щоб революціонізувати космічну технологію, з кінцевою метою надання можливості людям жити на інших планетах». «SpaceX була заснована із вірою, що майбутнє, де людство поза дослідженням зірок є по суті більш хвилюючим, чим будь-що, де нас нема. Сьогодні SpaceX активно розвиває технології, щоб зробити це можливим із кінцевою метою можливості людського життя на Марсі» [9].</p>
ДП «КБ «Південне»	<p><b>«Місія:</b> «Зберігши і розширивши наш досвід, надамо державі і світовій спільноті нові зразки техніки для дослідження і освоєння космосу з метою підвищення рівня життя, пізнання Всесвіту і збереження миру на Землі».</p> <p><b>Головна мета</b> підприємства: забезпечення високого рівня конкурентоспроможності та економічної ефективності всіх напрямків діяльності в довгостроковому періоді.</p> <p><b>Стратегія:</b> використання наявного потенціалу галузі і залучення державної підтримки для досягнення максимального економічного ефекту від маркетингу РКТ на світовому космічному ринку шляхом утворення міжнародних стратегічних альянсів і напрямки залучених коштів на всебічну модернізацію, технологічне оновлення та інноваційний розвиток» [10].</p>

Людину називають Мікрокосмосом, вважаючи, що весь Всесвіт (Макрокосм) знаходиться всередині неї. Пізнання себе - це вище знання, до якого потрібно прагнути, вважали древні мудреці. Самопізнання дає можливість розкриття індивідуального «Я» і допомагає гармонічно існувати у зовнішніх та внутрішніх ритмах життя. Аналіз табл. 1 свідчить, що підприємства космічної галузі як системи допомагають якнайкраще реалізувати ментальні задуми людства, отримати нові просторові відчуття щодо освоєння космосу, змінити реальність (політичну, соціальну, економічну, екологічну) Землі на благо та стійкий розвиток.

Стародавні дослідження Космосу мали в більшості випадків пізнавальний характер. Поступово, по мірі розвитку науки і техніки зростали вимоги людства до якості отриманих результатів дослідження Космосу та можливості їх використання для стабільного розвитку суспільств. Це сприяло попити на продукцію космічних досліджень, яку почали генерувати створені для цього підприємства космічної галузі.

Аналіз діяльності багатьох успішних сучасних аерокосмічних компаній дозволив автору представити власну схему формування конкурентоспроможності сучасного підприємства космічної галузі за допомогою ієрархії стратегічних намірів на основі якісних характеристик.

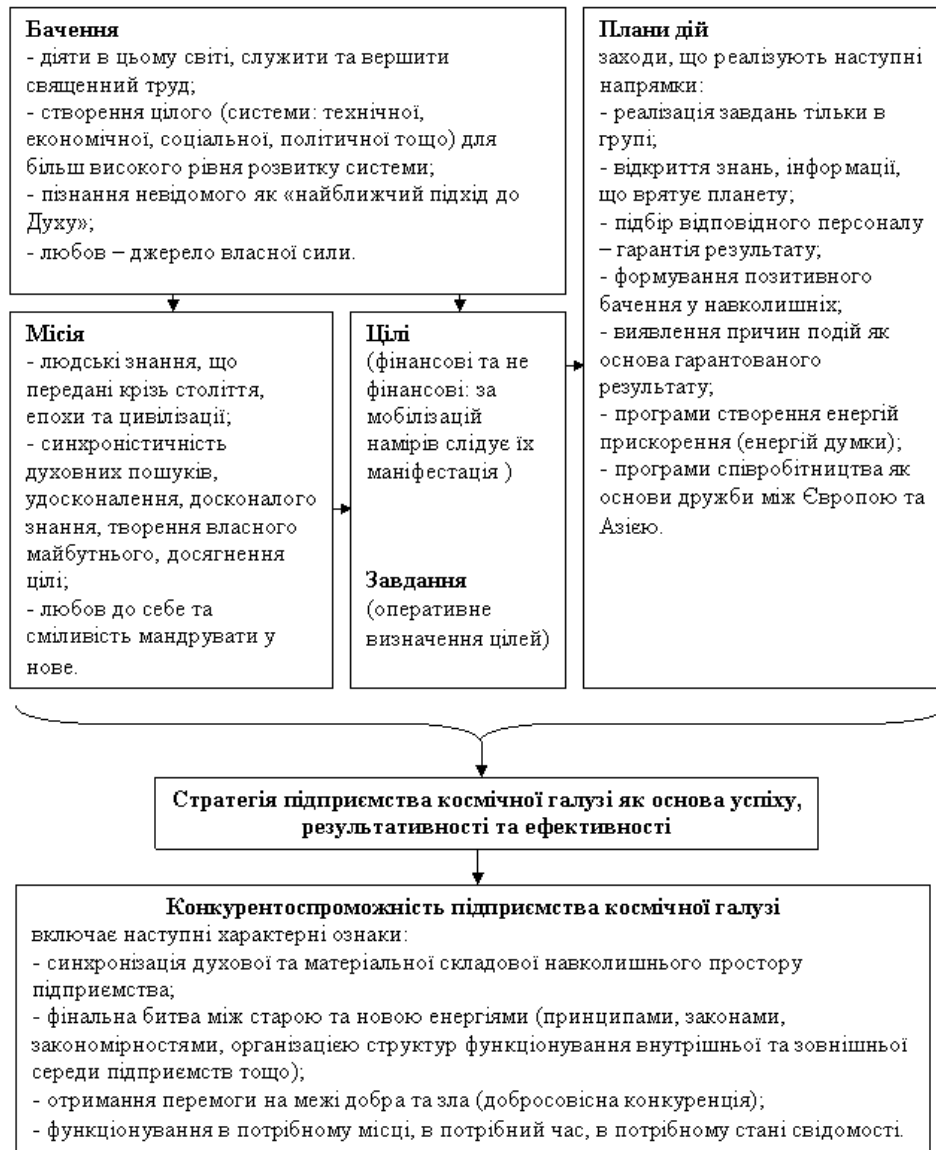


Рис. 1. Загальна схема формування конкурентоспроможності сучасного підприємства космічної галузі за допомогою ієрархії стратегічних намірів (авторське бачення)

Наведена схема показує як різні частини (бачення, місія, цілі, завдання) підтримують один одного і формують чітку ієрархічну структуру, і, в правій частині схеми формують плани дій, визначають оптимальні стратегії сучасного підприємства космічної галузі.

Проведений аналіз сутнісного та якісного змісту категорії стратегічних намірів підприємств - лідерів космічної галузі та їх проєктів дозволив автору виділити такі головні ознаки при формуванні ієрархії стратегічних намірів, як можливість втілювати свої наміри в реальність силою думки, забезпечення безперервності, ефективне поєднання минулого та майбутнього, необхідність зцілення планети, відповідальність при застосуванні власної сили (потенціалу підприємства та його реальних дій), ефективність співпраці між підприємствами Європи та Азії при реалізації нових творчих задумів.

Послідовність реалізації стратегічних рішень підприємства, що забезпечують його властивості як системи в структурі організаційно – економічного механізму управління (ОЕМ) конкурентоспроможністю підприємства космічної галузі представлена на рис. 2.

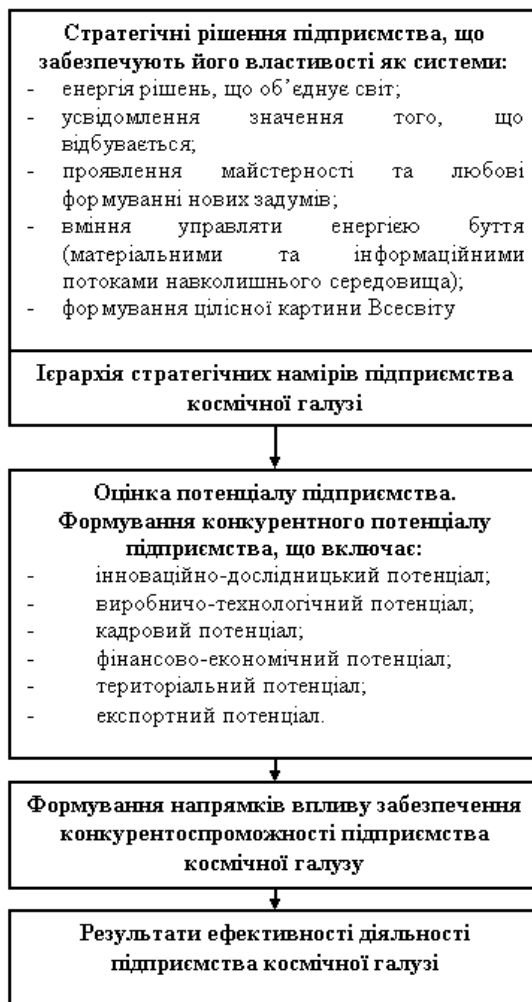


Рис. 2. Місце стратегічних рішень підприємства в структурі OEM управління конкурентоспроможністю підприємства космічної галузі

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Ускладнення внутрішньополітичного та економічного середовища як всередині України так і за її межами потребує чіткого усвідомлення відповідальності, перспектив функціонування та конкурентоспроможного розвитку як вищим менеджментом підприємств космічної галузі так і Урядом України. Потребують усунення різні перешкоди, що заважають реалізувати підприємствам космічної галузі України сміливі власні космічні проекти та спільні проекти із підприємствами інших держав. Досвід сучасних підприємств – лідерів аерокосмічного бізнесу свідчить про неупередженість думок і дій при формуванні власних стратегічних намірів. Аналіз якісних ознак стратегічних рішень підприємств космічної галузі, їх ієрархії стратегічних намірів дозволить уточнити та доповнити якісну, послідовну схему реалізації OEM управління конкурентоспроможністю підприємства космічної галузі.

Потребують подальших досліджень аналіз впливу кількісних показників економічної ефективності підприємства в механізмі OEM управління конкурентоспроможністю підприємства космічної галузі

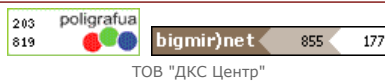
#### Література.

1. Джур О.Є. Ієрархія стратегічних намірів в управлінні конкурентоспроможністю підприємства космічної галузі /О. Є. Джур // «Проблеми забезпечення економічного розвитку промислових підприємств»: III міжн. наук. – практ. конф. (28 – 29 вересня 2015 р., м. Одеса, ОНПУ): тези доп., Т.1.– 2015, С. 161 – 163.
2. Ожегов С. И. Словарь русского языка / Под ред. чл.-корр. АН СССР Н.Ю. Шведовой. Рус. яз., 1986. 797 с.
3. Методологія [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org>.
4. Новиков А.М. Методологія /А.М. Новиков, Д.А. Новиков. – М.: Синтез, 2007. – 668 с.
5. Оленко І.П. Методологічні основи управління потенціалом підприємства /І.П. Оленко. – Х.: ХНЕУ, 2004. – 216 с.
6. Фатхутдинов Р.А. Организация производства: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 672с.
7. Boeing (2016), “News” - Режим доступу: <http://www.boeing.com/news/frontiers/archive>.
8. Lockheed Martin Corporation (2016), “About us” - Режим доступу: <http://www.lockheedmartin.com>.
9. SpaceX (2016), “About SpaceX” - Режим доступу: <http://www.spacex.com>.
10. «КБ «Південне» ім. М.К. Янгеля» - Режим доступу: <http://www.yuzhnoye.com>.

#### References.

1. Dzhur, O.Ye. (2015), “Hierarchy of strategic intent in the management of competitiveness of enterprises of space industry”, *Materialy mizhnarodnoyi naukovopraktychnoyi konferentsiyi* [Materials of the international scientific and practical conference], Problemy zabezpechennya ekonomichnoho rozvytku promyslovykh pidpryyemstv [Problems of economic development of industrial enterprises], Odesa, Ukraine, 28-29 Sept, pp. 161 – 163.
2. Ozhegov, S. Y. (1986), Slovar' russkoho iazyka [Russian dictionary], Moscow, Russia.
3. Wikipedia (2016), “Methodology”, available at <https://uk.wikipedia.org> (Accessed 2 June 2016).
4. Novykov, A.M. and Novykov, D.A. (2007), Metodolohyya [Methodology], Synteh, Moscow, Russia.
5. Olenko, Y.P. (2004), Metodolohycheskye osnovy upravleniya potentsyalom predpriyatiya [Methodological basis of the enterprise management capabilities], KhNEU, Kharkiv, Ukraine.
6. Fatkhutdinov, R.A. (2001), Orhanyzatsyya proyzvodstva [Organization of production], YNFRA-M, Moskva, Rossyya.
7. Boeing (2016) “News”, available at: <http://www.boeing.com/news/frontiers/archive> (Accessed 2 June 2016).
8. Lockheed Martin Corporation (2016), “About us”, available at: <http://www.lockheedmartin.com> (Accessed 2 June 2016).
9. SpaceX (2016), “About SpaceX”, available at: <http://www.spacex.com> (Accessed 3 June 2016).
10. Yuzhnoye State Design Office (2016), “About company”, available at: <http://www.yuzhnoye.com> (Accessed 3 June 2016).

Стаття надійшла до редакції 20.11.2016 р.



ТОВ "ДКС Центр"