

УДК 658.114.3

Баглей Р.Р.,  
к.е.н., доцент, доцент кафедри  
економіки, організації і планування в АПК  
Тернопільський національний економічний університет

## ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ І ФОРМУВАННЯ КОРПОРАЦІЙ

Bahlei R.R.,  
cand.sc.(econ.), assoc. prof., assistant professor of the department  
of economics, organization and planning in the AIC  
Ternopil National Economic University

## FEATURES OF DEVELOPMENT AND FORMING OF CORPORATIONS

**Постановка проблеми.** У сучасній економіці еволюційним шляхом владу захопили корпорації. Вони є ядром економічної системи, від їхнього зростання залежать макроекономічні показники, рівень життя та добробут населення – виробляють основну частку валового національного продукту, надають робочі місця, виступають суб'єктами лобізму та лідерами громадської думки. Корпорація, з характерною для неї інституціоналізацією внутрішніх економічних відносин, контролем процедур прийняття та реалізації управлінських рішень, при одночасному механізмі обмеження свободи дій керуючих – є досить досконалою структурою. Саме ці аспекти обумовлюють можливість цілеспрямованої та ефективної діяльності корпорації для реалізації найбільш ефективних ринкових стратегій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вагомий внесок у створення наукового підґрунтя для формування та функціонування корпорацій досліджувалися у працях зарубіжних і вітчизняних вчених: І. Ансоффа, Р. Брейлі [1], Ю. Брігхема [2], П. Друкера, П. Самуельсона, М. Портера, М. Ерхардта.

Сьогодні не має сумнівів – корпорація як суперечливе, але важливе явище сучасної економіки вимагає уважного та всебічного вивчення. Однак існуючі наукові роботи вирішують далеко не всі проблеми, які стоять перед сучасною теорією корпорації. Частина з них носить макроекономічний або гранично загальний політекономічний характер. У таких роботах предметом вивчення стає «корпоративний сектор», або «капітал», уособленням якого виступають корпорації. Інші роботи пропонують дослідження поведінки корпорацій на ринку, у відносинах обміну та розподілу продукту. У цьому напрямку теж є багато невирішених проблем, таких як структура капіталу, корпоративне управління, формування маркетингової та фінансової політики. Однак, предмет вивчення таких теорій – корпорація-явище. При всьому різноманітті аналогічних робіт внутрішні механізми, рушійні сили та суперечності сучасних корпорацій доволі часто ігноруються. Третій напрям дослідження корпорації сучасними авторами, що виконується в течії неінституціональної школи, розкриває внутрішній механізм корпорації, проте заснований на одній лише трансакційній теорії, що призводить до занадто високого ступеня абстракції та веде від рішення багатьох справді нагальних проблем, які в загальному можна позначити як дисфункції примусу та мотивації.

Отже, існуючі підходи потребують адаптації в напрямі вдосконалення управління економічним і структурним розвитком корпорацій, та посилення їх ролі у забезпеченні конкурентоспроможності економіки України.

**Постановка завдання.** Мета дослідження полягає в узагальненні сучасних теоретичних та прикладних аспектів формування механізму управління корпорацією та виявленні особливостей її функціонування в умовах глобалізаційних процесів у світі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Перехід в 90-х роках ХХ століття від галузевого управління до корпоративного ознаменував якісно новий етап розвитку економіки України, що спричинило зміни в організації та управлінні підприємствами. Адаптація до постійних мінливих зовнішніх умов і посилення конкурентної боротьби зумовила створення корпорацій і холдингів.

Корпорація (від лат. Corporatio – об'єднання) – сукупність фізичних і юридичних осіб або капіталів, котрі об'єдналися для досягнення загальних цілей, здійснення спільної діяльності. Корпорація об'єднує в собі "головну" компанію та мережу дочірніх підприємств, філій та інших господарських утворень, що мають різний юридичний статус і різний ступінь оперативно-господарської самостійності, це єдина організація, що характеризується максимальною централізацією, авторитарністю керівництва, корпоративною культурою і традиціями [3, с. 577].

Становлення корпорацій в нашій країні відбувається з урахуванням досвіду країн Європи, США та Японії. Організації в цих країнах на практиці довели свої переваги перед традиційними

структурами, тому найбільш успішні міжнародні корпорації перебудували свій бізнес у відповідності з принципами їх високоефективних систем і стали транснаціональними.

Транснаціоналізація – головний механізм і одночасно найважливіша складова загальних процесів глобалізації. Через транснаціональні корпорації і пов'язані з ними транснаціональні банки проходять товарні та фінансові потоки, які й визначають розвиток світового господарства. Транснаціональні корпорації (ТНК) сьогодні є основними суб'єктами світової економіки та міжнародних економічних відносин. Ці компанії в країнах перебування і в закордонних філіях виробляють більше половини світового ВВП, на них припадає 4/5 міжнародного обміну технологіями, 2/3 міжнародного переміщення капіталу та міжнародної торгівлі. На сьогоднішній день ТНК є безпосередніми учасниками всіх світогосподарських зв'язків, постають перед нами, умовно кажучи, «локомотивами» світової економіки. У сферу їхньої діяльності входять всі галузі національного господарства. За своєю економічною потужністю більшість корпорацій можуть бути порівнянні з державами, які є традиційними учасниками міжнародних економічних відносин. З цієї причини в процесі своєї діяльності, яка спрямована на отримання максимального прибутку, корпорації здійснюють значний вплив на економічний розвиток як базових (материнських) країн, так і дочірніх країн, відіграючи важливу роль у формуванні міжнародної конкурентоспроможності країн.

ТНК як складна організаційна конструкція, що реалізує економічні інтереси та детермінується низкою факторів (глобалізації, інтернаціоналізації, диверсифікації діяльності), що склалася у відповідь на об'єктивні процеси, котрі протікають в національних соціально-економічних системах. За останні роки сформувалася тенденція перетворення міжнародних фірм в глобальні компанії, котрі активно розвивають глобальні виробничо-збутові мережі, формують глобальні ринки, зростає роль міжнародних інститутів.

Корпорація як форма організації бізнесу відіграє провідну роль в сучасних умовах. У список 2000 найбільших публічних компаній світу у 2013 р., за чотирма ключовими індикаторами: виручка, прибуток, активи та ринкова капіталізація увійшли компанії з 62 країн світу. США розширили представництво на 21 учасника – до 564. Японія зберігає за собою друге місце серед країн світу – 225 компаній, на 26 менше, ніж у попередньому списку. Китай (разом з Гонконгом) представлений 207 локомотивами національної економіки (+ 25 за рік). Компанії з Китаю зайняли верхівку рейтингу: банк ICBC вдруге поспіль опинився на вершині списку. Друге місце дісталось ще одній кредитній організації з Китаю - China Construction Bank. Трійку лідерів замикає представник банківського сектора країни – Agricultural Bank of China. Американський JP Morgan Chase (один з найстаріших фінансових конгломератів на планеті) опустився на четверту сходинку. За ним слідує ще чотири «американця» – інвестиційна імперія Уоррена Баффета Berkshire Hathaway, нафтогазова корпорація ExxonMobil, концерн General Electric і банк Wells Fargo. Замикають десятку учасників ще два представники Китаю - Bank of China і нафтогазова компанія PetroChina. Найдорожча компанія світу Apple в списку залишилася на 15-й позиції. Найбільш вражаючий ривок у рейтингу зробила найбільша соціальна мережа світу Facebook, яка піднялася на 510-у сходинку, завдяки зростанню виручки на 55% і прибутку на 2711%, подолавши відразу 561 позицію [7].

Лідером по виручці є американська компанія-ритеймер Wal-Mart Stores (476,5 млрд. дол.), за прибутком – іпотечний гігант Fannie Mae – 84 млрд. дол., наступним є іпотечне агентство Freddie Mac – 48,7 млрд. дол., промисловий комерційний банк ICBC – 42,7 млрд. дол., по активах – також Fannie Mae – 3,270 трлн. дол., по капіталізації – компанія Apple – 483,1 млрд. дол. Щодо галузевої структури, то в Forbes Global 2000 домінують представники фінансового сектора – 467 учасників (23%). Їх наздоганяють нафтогазові – 125 учасників (6,25%), страхові – 114 і сервісні компанії – 110 [7].

ТНК активно впливають на міжнародні економічні відносини, формують нові та видозмінюють старі відносини і їх форми. Вони перетворили світову економіку в міжнародне виробництво, а також забезпечили розвиток НТП по всіх напрямках: технічний рівень і якість продукту; ефективність виробництва; поліпшення форм управління підприємствами.

Причини появи ТНК є дуже різноманітними, але в основному вони всі пов'язані з недосконалістю ринку, з сильною монополією владою виробників, з існуванням бар'єрів і обмежень на шляху розвитку торгівлі між країнами, а також з відмінностями у податковому законодавстві. Загальною причиною виникнення транснаціональних корпорацій можна назвати інтернаціоналізацію капіталу та виробництва на основі розвитку продуктивних сил, які переростають межі однієї держави. Також, окрім створення нових закордонних філій, розвитку міжнародного виробництва ТНК притаманна тенденція підвищення ролі транскордонних злиттів і поглинань іноземних компаній, яка полягає в придбанні зарубіжних підприємств. До основних причин транскордонних злиттів і поглинань можна віднести: дерегулювання та зростання міжнародної конкуренції, глобалізацію ринків, потреба в підвищенні прибутку. До інших причин виникнення ТНК можна віднести їх економічну ефективність, яка обумовлена чималими масштабами виробництва в низці галузей.

Принципова відмінна риса сучасних корпорацій проявляється в головній функції – цілеспрямованому формуванні сучасних виробничо-господарських організацій з домінуванням соціального партнерства, що обумовлюють їх конкурентоспроможність і процвітання. Внаслідок цього формується загальне розуміння корпоративізму як цілеспрямованої колективної поведінки, в ході якої

організації вступають у взаємодію між собою та з органами державної влади з метою вироблення та прийняття управлінських рішень з наступною їх реалізацією.

Корпорація – це механізм координації господарської діяльності своїх суб'єктів, відмінний як від ринку, так і від ієрархічного адміністрування, і від мережевої взаємодії, і не зводиться ні до яких їх комбінацій. З'являється нова якість взаємодії, і для його опису потрібна нова когнітивна рамка. Ми пропонуємо розглядати корпорацію як інституційну систему, що володіє набором елементів інституційної природи, які взаємопов'язані та готові до взаємодії між собою. Ці елементи можуть бути особливим чином класифіковані та ідентифіковані в конкретних корпораціях.

В рамках сучасної економічної науки недостатньо дослідженими залишаються інституціональні фактори економічного зростання корпорацій, які при цьому мають величезний вплив на їх зростання. Це зумовлено такими інституціональними факторами економічного зростання, як ефективність контрактних відносин, рівень податкового навантаження, якість корпоративних інститутів. Інституціональні фактори є непрямими, так як впливають на рівень ефективності основних виробничих факторів, визначаючи напрям розвитку всієї економічної системи (табл. 1).

Таблиця 1

**Класифікація факторів і показників економічного зростання корпорацій**

Фактори економічного зростання	Вид факторів, їх параметри	Показники економічного зростання
внутрішні фактори пропозиції	прямі	Кількість зайнятих співробітників Рівень кваліфікації кадрів Продуктивність праці
	Кількість і якість основних факторів виробництва	Кількість і склад основних фондів підприємства Вкладення в НДДКР
	Обсяг продуктивного капіталу	Кількість і якість капіталу Закріплені права власності підприємства на певні види ресурсів обсяг інвестицій
фактори попиту	непрямі цінові	Ціна на продукцію корпорації
	нецінові	Число споживачів продукції Очікування споживачів Якість продукції Стимулювання попиту
фактори розподілу	залучення ресурсів	Обсяг наявних запасів ресурсів Права на розвідку і розробку нових родовищ Рівень завантаження технологічного ланцюжка
	Раціональний розподіл ресурсів	Рівень використовуваних технологій Монополізація видобутку і переробки Удосконалення механізмів здійснення трансакцій на ринку
інституціональні фактори	Ефективність внутрішнього функціонування	Ефективність контрактних відносин Рівень і якість менеджменту мотивація персоналу Культура виробництва Рівень енергоефективності ресурсів Рівень енергозбереження ресурсів
зовнішні непрямі інституційні фактори попиту	Ефективність інституційного розвитку	Рівень податкового навантаження Законодавство і державна політика Рівень розвитку системи освіти і науки Система цінностей суспільства Рівень культури в суспільстві
фактори попиту	Нецінові фактори попиту	Ціна на зв'язані товари і технології Рівень податків і мит

Джерело: адаптовано автором на основі [7;8]

Сучасна корпорація – це продукт постіндустріального типу господарювання, в якому людські ресурси набувають стратегічного значення і статус, виступаючи вимірником її економічного успіху. Все це обумовлює необхідність об'єднання людей в єдине ціле – єдиний соціальний організм, який спирається на добровільну готовність її членів відповідати запропонованим статусам і ролям, що є властивим такому поняттю, як соціальний інститут.

Отже, основні мотиви створення корпорації є наступні: прагнення до вигідного вкладення капіталу, що досягається за рахунок виробництва товарів і послуг на місці; техніко-економічний мотив, тобто коли частина прямих інвестицій спрямована на створення власної інфраструктури

зовнішньоекономічних зв'язків (складів) за кордоном для забезпечення збуту (постачання); політична та економічна нестабільність, «відмивання» незаконних коштів, високі податки тощо.

Рушійними силами, які перетворюють велику компанію в корпорацію, є:

- ефект масштабу – зміна вартості одиниці продукції в залежності від масштабів її виробництва фірмою. Коли компанії виходять на глобальні ринки, вони нарощують виробництво, а відповідно стають ефективнішими. Особливу увагу варто приділити формі ефекту масштабу збуту. Тут головну роль відіграє збут, управління мережею незалежних фірм, які діють за ліцензією материнської компанії;

- вертикальна інтеграція – пов'язана з придбанням фірм-споживачів або фірм-постачальників. Тобто, забезпечуються гарантії стійкості для каналів збуту або джерел постачання. Якщо фірми, які поглинаються, перебувають за кордоном, то материнська компанія стає транснаціональною;

- конкуренція у світовому масштабі;

- при формуванні корпорації відбувається ланцюгова реакція: вони «втягують» на міжнародний рівень суміжні з ними виробництва, які їх обслуговують та постачають необхідні послуги і товари.

На сьогодні корпорації виконують у світовій економіці функції, які можна охарактеризувати, як «стимулюючі», а саме:

- стимулюють міжнародну конкуренцію;

- стимулюють науково-технічний прогрес. В корпораціях здійснюється науково-дослідна робота, з'являються нові технологічні розробки;

- стимулюють розвиток світового виробництва. Вони є найбільшими інвесторами, безперервно нарощують потужності виробництва, створюють робочі місця в приймаючих країнах, що стимулює розвиток виробництва в світі в цілому;

- стимулюють тенденцію глобалізації у світі, залучаючи країни в міжнародні економічні та політичні відносини.

У науці є різні підходи до відбиття сутності категорії «корпорація», одним з яких є виділення кількісного та якісного критеріїв. Так, використання кількісного критерію при позначенні корпорації передбачає виявлення таких параметрів, як існування певної частки іноземних активів корпорації, певна визначена кількість розташованих за кордоном, а також обсяги їх продажів. Однак, даний критерій не в змозі самостійно охарактеризувати сутність корпорації, оскільки досить часто має місце різкий дослідний суб'єктивізм, виражений в тому, що багато визначень даються без конкретних числових показників. Так, Дж. Макдональд вважає, що якщо 20% капіталу корпорації вкладені в закордонні підприємства, то вона вже є не міжнародною, а транснаціональною, оскільки при досягненні саме цього показника відбувається «глобальна переорієнтація» [6]. Виділений відсотковий рівень закордонного капіталу, що перетворює корпорацію в транснаціональну, є умовним, оскільки він не отримав широкого визнання серед економістів, і тим більше держав. Відповідно до іншої точки зору, корпорація переходить у категорію глобальної, коли від 35% від загального обсягу продажів і прибутку припадає на частку закордонних підрозділів. При всіх очевидних умовностях, доцільність даного підходу, продемонстрована визначенням ООН, яка наприкінці 60-х рр. XX ст. запропонувала вважати ТНК при річному доході понад 100 млн. дол. США і з філіями не менш ніж у 6 країнах. Так, зокрема, одним з авторів, котрий застосовує виключно якісний критерій, є Детльов Вагтс, який стверджує, що «ТНК складається з міжнародних об'єктів, що тягнуться поза національними юрисдикціями в плані економічних ресурсів і відповідальності» [4]. Також показовим є наступне визначення: «Компанія є багатонаціональною, коли вона більше не робить відмінностей між внутрішнім і міжнародним бізнесом. Внутрішній бізнес підпорядкований і повністю інтегрований з глобальним планом дій» [6]. Одностороннє застосування тих чи інших критеріїв не розкриває в повній мірі сутність корпорації. Але, існують приклади, коли використовується поєднання озвучених критеріїв. Так, на думку Вернона: «ТНК – це материнська компанія, яка контролює значну групу інших підприємств різної національності. Всі компанії цієї групи використовують єдине джерело фінансів і кадрів. Розмір групи також має значення: сума продажів повинна досягати не менше 100 млн. дол. щорічно. Крім того, має значення вид діяльності груп за кордоном: звичайні експортери, навіть мають філії за кордоном, а також підприємства, що продають ліцензії за кордон, не можуть входити до цієї категорії. І нарешті, ці групи повинні мати відому ступінь географічної поширеності, тобто мати більше ніж в одній-двох країнах свої філії» [9]. Малкольм Шоу вважає, що корпорація – це сукупність приватних економічних організацій, що складаються з декількох юридичних відділень, пов'язаних єдиною материнською корпорацією, і відрізняються розмірами та багатонаціональною поширеністю [8].

Організаційно-економічна форма корпорації – це виробниче об'єднання, що має єдину корпоративну політику з материнським управлінням і взаємозалежними підрозділами. Активи корпорації складають акції материнських компаній і частина акцій окремих фірм, що входять до її складу. Створення корпорації дає можливість істотно збільшити інвестиційні вкладення організаційних структур, полегшити та вдосконалити розрахунки між ними, мінімізувати проміжні витрати виробничих процесів, успішніше конкурувати на внутрішньому і зовнішньому ринках, розширити сфери виробництва, активніше розвиватися.

У сучасному трактуванні корпорація – це складне економічне об'єднання з великою різноманітністю цілей, котрі зумовлені ускладненням суб'єктів власності [5].

Існують різні форми організації корпорацій:

- мережева,
- унітарна,
- мультидивізіональна;
- холдингова.

Структура корпорації полягає в механізмі концентрації капіталу. Це відбувається шляхом злиття або поглинання компаній. Складні виробничі процеси можуть істотно вплинути на розвиток трансакційних витрат корпорацій. Таким чином, корпорації прагнуть скорочувати свої трансакційні витрати, замінюючи систему ринкових відносин механізмом централізованого адміністративного керівництва. Це можливо шляхом економії на трансакційних витратах, здійснюючи виробництво продуктів і надання послуг, а не придбаваючи їх на ринку. Така стратегія веде до скорочення витрат на пошук інформації про постачальників і споживачів, витрат на укладання контрактів та ведення переговорів, а також витрат опортуністичного поведінки контрагентів. При цьому існування у корпорації активів, що характеризуються високим ступенем специфічності, виправдовує створення вертикально-інтегрованих об'єднань з метою мінімізації трансакційних витрат. Корпорації так само можуть знизити трансакційні витрати на одиницю продукції в різних корпоративних структурах шляхом об'єднання та концентрації ресурсів і джерел. Збільшення трансакційних витрат є можливим лише через неефективний механізм управління.

Ефективність бізнесу в корпорації полягає в забезпеченні відповідальності ради директорів перед акціонерами, власників великих пакетів акцій – перед міноритаріями, менеджменту – перед радою директорів, корпорації – перед працівниками та покупцями. В умовах динамічного та висококонкурентного ринку фінансовим директорам необхідні потужні інструменти управління фінансово-економічною діяльністю компанії. Серед глобальних завдань компанії, які щодня вирішує фінансовий директор – зростання та максимізація прибутку, ефективне управління витратами, пошук альтернативних джерел фінансування, підвищення рейтингів кредитоспроможності, презентація результатів роботи компанії акціонерам і інвесторам. Сьогодні в результаті процесів злиття і поглинання, акціонування та виходу на міжнародні фондові біржі більшість великих підприємств прийшли до необхідності вдосконалення систем стратегічного управління фінансами. Для українських корпорацій дійсні ті ж правила, за якими працюють у всьому світі. З деяким відставанням ми повторюємо шлях зарубіжних компаній, які усвідомили, що для ефективної діяльності на світовому чи внутрішньому ринку нагальним є ефективне управління всіма аспектами діяльності.

**Висновки з проведеного дослідження.** Отже, ТНК є вищою формою усупільнення виробництва, яка є базовим елементом економічного прогресу в сучасній світовій економіці. Це відбувається за рахунок еволюційного розвитку процесів конкуренції, що проявляється в провідній ролі технологічної конкуренції, яка є рушійною силою економічного прогресу. Процеси модернізації, що є необхідними для економіки України, можливі лише через залучення нових технологій, котрими володіють провідні ТНК. Корпорації забезпечують планомірність економічного розвитку, яка веде до найвищої ефективності виробництва. Концентрація та централізація капіталу в корпораціях дозволяє вирішувати дорогі та соціально-значущі завдання науково-технічного розвитку незалежно від національних кордонів і функціонуючих економічних систем. Внутрішня сутність цих утворень налаштована на задоволення максимального обсягу потреб населення в планетарному масштабі, через пропозицію все більш високоякісної продукції. Крім того, корпорації відіграють провідну роль у створенні високого стабільного доходу і зайнятості.

Вітчизняні корпорації є відносно невеликими (по капіталізації, прибутку, обороту і чисельності робітників), що обумовлює актуальність проблеми розвитку вітчизняного корпоративного менеджменту. На перспективу доцільно враховувати особливості форми і структуру корпорацій, інтегровану систему управління ними та всебічні підходи до управління компанією з позицій сучасних систем менеджменту.

#### Література

1. Брейли Р. Принципы корпоративных финансов / Р. Брейли, С. Майерс ; пер. с англ. Н. Барышниковой – М.: Олимп-Бизнес, 2008. – 1008 с.
2. Бригхэм Ю. Финансовый менеджмент / Ю. Бригхэм, М. Эрхардт ; 10-е изд. пер. с англ. под ред. Е. А. Дорофеева – СПб.: Питер, 2007. – 960 с.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. – К. : Ірпін'я ; ВТФ «Перун», 2005. – 1728 с.
4. Vagts D. The Multinational Enterprise: A New Challenge for Transnational Law / D. Vagts // Harvard Law Review. – 1990. – Vol. 83. – P. 739-740.
5. Litvak I. The Multinational Firm: Some Perspectives / I. Litvak, C. Maule. // The Multinational Firm and The Nation State / Ed. by G. Paquet– Toronto, 1992. – P. 22-25.
6. McDonald J. Creating a Strategy for International Growth / J. McDonald H. Parker // International Enterprise. –

N.Y., 1982. – P. 17-19.

7. Multinational Corporations [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www2.econ.iastate.edu/classes/econ355/choi/mul.htm>

8. Show, Malcolm N. International Law, Fifth edition / Malcolm N. Show. – UK, Cambridge University Press, 2003. – P. 224.

9. Vernon R. L'enterprisw international: La souverainete nationale en peril / R. Vernon. – P., 1973. – P. 20.

#### References

1. Breyli, R. and Mayers, S. (2008), *Printsiipy korporativnyih finansov* [Principles of corporate finance], Olimp-Biznes, Moscow, Russia, 1008 p.

2. Brighem, Yu.F. and Erhardt, M.S. (2007), *Finansoviy menedzhment* [Financial management], Piter, St. Petersburg, Russia, 960 p.

3. Busel, V.T. (2005), *Velykyi tlumachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy* [Great Dictionary of the Ukrainian language], Irpin, Kyiv, Ukraine, 1728 p.

4. Vagts, D. (1990), "The Multinational Enterprise: A New Challenge for Transnational Law", *Harvard Law Review*, vol. 83, pp. 739-740.

5. Litvak, I. and Maule, C. (1992), "The Multinational Firm: Some Perspectives", *The Multinational Firm and The Nation State*, Toronto, pp. 22-25.

6. McDonald, J. and Parker, H. (1982), "Creating a Strategy for International Growth", *International Enterprise*, N.Y., pp. 17-19.

7. Multinational Corporations, available at: <http://2.econ.iastate.edu/classes/econ355/choi/mul.htm>

8. Show, Malcolm N. (2003), *International Law*, Cambridge University Press, UK, pp. 224.

9. Vernon, R. (1973), *L'enterprisw international: La souverainete nationale en peril*, Paris, pp. 20.

УДК 339.13

Селезньова О.О.,

к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Одеська державна академія будівництва та архітектури

## ФУНКЦІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Seleznova O.O.,

*cand.sc.(econ.), assistant professor of the department of marketing*

*Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture*

## FUNCTIONAL ASPECTS OF ENTERPRISES' MANAGEMENT MARKETING ACTIVITIES

**Постановка проблеми.** Трансформаційні процеси у світовій та національній економіці торкаються господарської діяльності підприємств. Останні потребують формування такої системи управління маркетинговою діяльністю, що б мала ринкову орієнтацію й стратегічну націленість на результат, а також була спроможна вчасно та адекватно реагувати на зміни в оточуючому середовищі. Визначені питання та значна кількість інших завдань, що постають перед менеджментом підприємств, можливо вирішити тільки за наявності надійної, якісно функціонуючої системи управління маркетинговою діяльністю, яка сприятиме посиленню конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми формування та розвитку маркетингу в Україні присвячені роботи наукових діячів: Балабанова Л. В. (2011) – з питань основ маркетингу [1], Власенко Я. О. (2011) – з питань сучасних особливостей у маркетинговій діяльності [2], Даценко І. М. (2014) – з формування маркетингової діяльності на підприємствах [3], Захарченко В. І. (2005) – зі стратегічного маркетингу [4], Карпенко Н. В. (2011) – з питань формування системи управління маркетингом в споживчій кооперації [5], Оснач О. Ф. (2011) – з питань промислового маркетингу [6], Сахацького М. П. (2012) – з питань організаційно-економічного механізму управління ринковою діяльністю підприємств [7], Скібіцький О. М. (2011) – з організації бізнесу [8] та інші.

Маркетингову діяльність підприємств у розвинутих країнах досліджували такі науковці, як Г. Армстронг (Armstrong, 2007) [9], Дж. Блайд (Blyde, 2004) [10], П. Дойль (Doyle, 2002) [11], Х. Картаджайя (Kartadzhaуа, 2012) [12], Ф. Котлер (Kotler, 2007, 2012) [9, 12] та інші. Однак у більшості наукових розвідок мало уваги приділено функціональним аспектам маркетингової діяльності підприємств, що свідчить про актуальність теми та зумовило вибір напряму дослідження.