

УДК 339.7

**Сержанов В. В.**, кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та банківської справи, Ужгородський національний університет, м. Ужгород, Україна

**Костьов'ят Г. І.**, викладач кафедри фінансів та банківської справи, Ужгородський національний університет, м. Ужгород, Україна

### **КОСТОМІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА ЯК НАПРЯМОК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ**

*У статті висвітлено теоретичні аспекти сутності кustomізації виробництва. Проаналізовано здійснення кustomізації виробництва, як напрямку ефективності економіки країни. Розглянуто нинішній стан національної економіки включаючи конкурентоспроможність з іншими країнами. Адже, ефективність державної політики саме у сфері управління інноваційними процесами визначає конкурентоспроможність національної економіки. При цьому роль держави у цьому процесі значно вагоміша, ніж під час регулювання звичайної економічної діяльності. Також значну увагу приділено напрямкам активізації залучення інвестицій в національну економіку України, зокрема в контексті можливостей кustomізації виробництва в нашій державі, якщо успішно використати інноваційні ідеї, вони можуть стати доволі потужним джерелом конкурентної переваги.*

**Ключові слова:** соціально-економічна політика, кustomізоване виробництво, промислове виробництво, середньорічний ріст ВВП, світова економіка.

**Сержанов В. В.**, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и банковского дела, Ужгородский национальный университет, г. Ужгород, Украина

**Костьовьят Г. И.**, преподаватель кафедры финансов и банковского дела, Ужгородский национальный университет, г. Ужгород, Украина

### **КОСТОМИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА КАК НАПРАВЛЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ**

*В статье освещены теоретические аспекты сущности кustomизации производства. Проанализированы осуществления кustomизации производства, как направление эффективности экономики страны. Рассмотрены нынешнее состояние национальной экономики включая конкурентоспособность с другими странами. Ведь эффективность государственной политики именно в сфере управления инновационными процессами определяет конкурентоспособность национальной экономики. При этом роль государства в этом процессе значительно весомее, чем при регулировании обычной экономической деятельности. Также значительное внимание уделено направлениям активизации привлечения инвестиций в национальную экономику Украины, в частности в контексте возможностей кustomизации производства в нашей стране, если успешно использовать инновационные идеи, они могут стать довольно мощным источником конкурентного преимущества.*

**Ключевые слова:** социально-экономическая политика, кustomизованное производство, промышленное производство, среднегодовой рост ВВП, мировая экономика.

**Serzhanov V.**, candidate of Economic Sciences, associate professor, Department of Finance and Banking, Uzhgorod National University, Uzhhorod, Ukraine

**Kostovy`at H.**, lector of the Department of Finance and Banking, Uzhhorod National University, Uzhhorod, Ukraine

## **CUSTOMIZATION OF MANUFACTURING, AS A DIRECTION TO IMPROVE THE EFFICIENCY ECONOMY OF THE COUNTRY**

*In the article the theoretical aspects of the essence of production coostomization are highlighted. The article analyzes the implementation of the costomization of production as a direction of the efficiency of the country's economy. The present state of the national economy, including competitiveness with other countries, is considered. Indeed, the effectiveness of state policy in the area of innovation processes management determines the competitiveness of the national economy. At the same time, the role of the state in this process is much more weighty than during the regulation of ordinary economic activity. Also, considerable attention is paid to the directions of intensification of attraction of investments into the national economy of Ukraine, in particular in the context of the possibilities of costing production in our country. If we successfully use innovative ideas, they can become a rather powerful source of competitive advantage.*

**Keywords:** socio-economic policy, cohesive production, industrial production, average annual growth of GDP, world economy.

**JEL Classification:** D 20; D 51

**Постановка проблеми.** Основною метою соціально-економічної політики України на довгострокову перспективу є альтернативне формування конкурентоспроможності і одночасно адаптивної до зовнішніх проявів національної економіки. Відповідно національна політика націлена на сталий розвиток із постійним підвищення добробуту і якості життя кожного громадянина і досягнення гідного місця країни в глобальних економічних процесах.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблему дослідження кustomізації виробництва як напряму підвищення ефективності економіки України вивчали Котлер Ф., Триас де Без Ф.Роговский Е. А. Berger С., Möslein K., Piller F., Reichwald R. Da Silveira G., Borenstein D., Fogliatto F. S. та інші автори.

**Мета статті.** Основною метою статті є аналіз кustomізації виробництва як напряму підвищення ефективності економіки України.

**Виклад основних матеріалів та їх обґрунтування.**

На протязі останніх років проявлену негативну динаміку розвитку економіки, хоча

має всі (внутрішні) можливості для реалізації та піднесення економіки на певний рівень стабільності. Україна наразі знаходиться на рівні економіки, яка прирівнюється за рейтингами до таких країн як Іран, Таджикистан, Намібія тощо.

Оскільки, держава повинна прагнути до покращення стану своєї економіки ми пропонуємо – створення стратегії, яка передбачає одночасне зниження витрат і збільшення цінності для «покупця / споживача». Саме таким чином досягається стрибок цінності і для держави (компаній), і для її споживачів (населення), див. рис.1. Тобто, якщо розглянути поетапно схему – то цінність для покупців заснована на корисності й ціні, пропонувані державою, і що вартість для держави генерується з нових ідей, з кustomізованого виробництва, з ціни та структури витрат, то новацію цінності можна досягти лише в тому випадку, коли вся система діяльності держави (компаній) у сфері корисності, ціни й витрат належним чином скоординована.

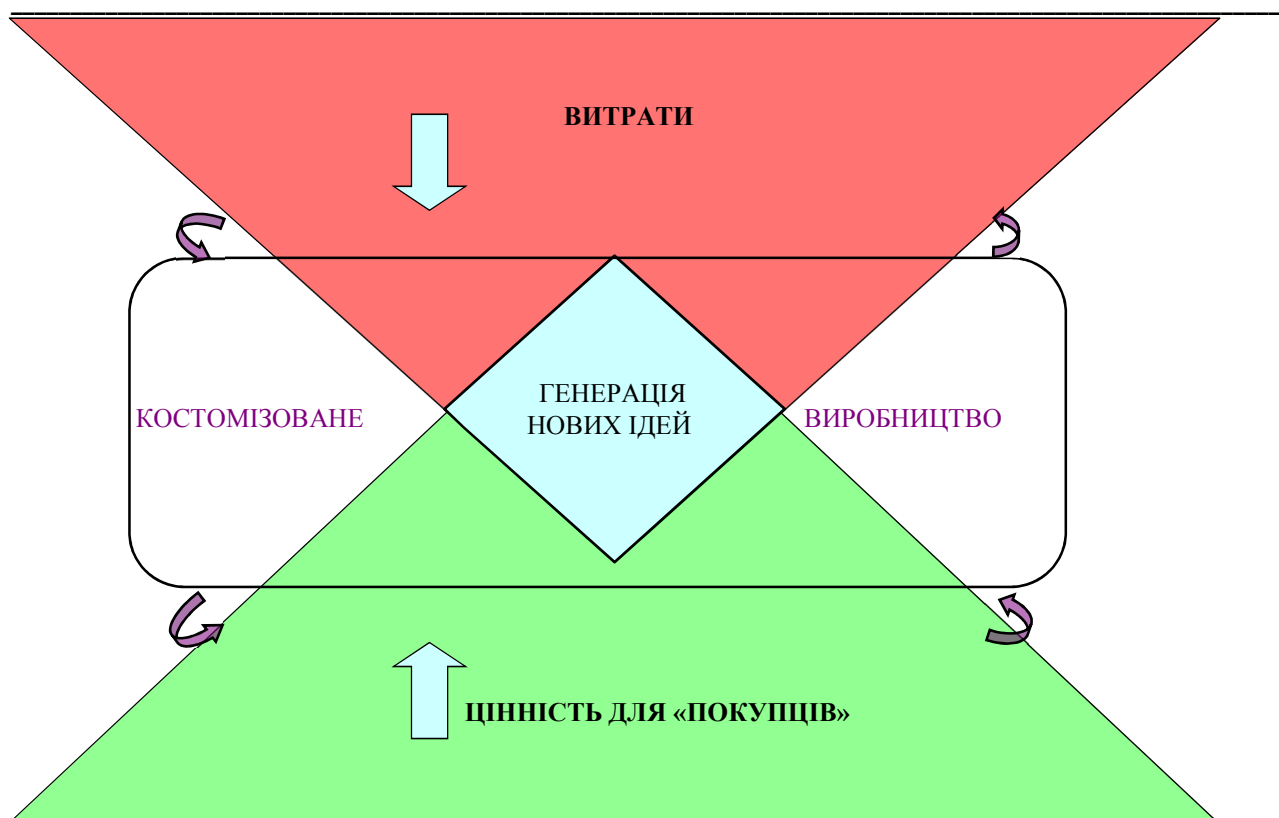


Рисунок 1 – Динаміка співвідношення «низькі витрати з ідеями»

Джерело: складане авторами

Костомізоване виробництво – це не просто подальше суттєве розширення розмаїття товарів, це ринок з товарним розмаїттям, що скеровується безпосередньо споживачем [5, с. 71]. У нашому випадку, споживачі зажадають від генерованих ідей розширення асортименту для покращення свого настрою (незалежно матеріально/нематеріально). Адже, обґрунтування успішності переходу до маркетингу стосунків та фокусування на кожному індивідуальному клієнті як засобу створення конкурентної переваги внаслідок глибшого, ефективнішого та швидшого задоволення потреб міститься у численних публікаціях з початку 90-х років минулого сторіччя, огляд та узагальнення яких наведено у [8].

Костомізація виробництва є одною з домінуючих тенденцій у розвитку способів формування та продажу пропозицій цінності у галузі промислових та споживчих товарів: частка костомізованої продукції щороку зростає на 10–25%. Провідні виробники світу

використовують костомізацію для досягнення таких стратегічних цілей, як: задоволення специфічних індивідуальних потреб та вимог споживачів; закріплення положення «лідера галузі»; отримання переваг стосовно конкурентів, що просувають дешеві товари; збільшення ефективності внутрішніх бізнес-процесів та цінових премій [6].

Костомізація є природним розвитком тенденції спрямованих на зростання глибини сегментації ринку та перехід від масового маркетингу до цільового та індивідуального, яка спостерігається достатньо давно: ще у 1989 р. Ф. Котлер проголосив, що «масовий маркетинг помер» [2].

Сучасні дослідники наводять дані про економічну ефективність костомізації завдяки економії витрат внаслідок інтеграції споживача у процес створення продукту [9]. Ця економія є результатом: достовірніших даних щодо вимог ринку, що дає змогу зменшити витрати за рахунок відхилення

невідповідних цим вимогам концепцій нових продуктів; відтермінування здійснення ряду операцій до отримання замовлення, що забезпечує зниження виробничих витрат та витрат від складування чи нейтралізації продукції, та збільшення лояльності споживачів до бренду внаслідок безпосередньої співучасті у створенні. З розвитком сучасних інфокомунікаційних технологій постійне підтримання стосунків з кожним окремим клієнтом, актуальним чи потенційним, перестає вимагати додаткових витрат і, більше того, стає дешевшим за підготовку та здійснення транзакцій з випадковими споживачами [7, 9]. Костомізація, яку раніше розглядали як стратегію та засіб зростання бізнесу шляхом

поглибленої диференціації та диверсифікації, перетворюється на засіб зменшення ціни бізнесу через зменшення транзакційних витрат. Це, на наш погляд, дає змогу розглядати стратегію костомізації як інтегральну стратегію стійкого розвитку бізнесу в умовах «надфрагментації ринків» [10, с.24], яка забезпечує подолання суперечності між тенденцією на збільшення ступеня диференціації та падінням прибутковості у міру зменшення розміру ринкових ніш.

Проте досліджуючи індекс промислового виробництва в країні за 2010 — 2017 (квітень) зазначимо, що динаміка відображає не наростаючий, а регресивний підсумок (рис. 2).

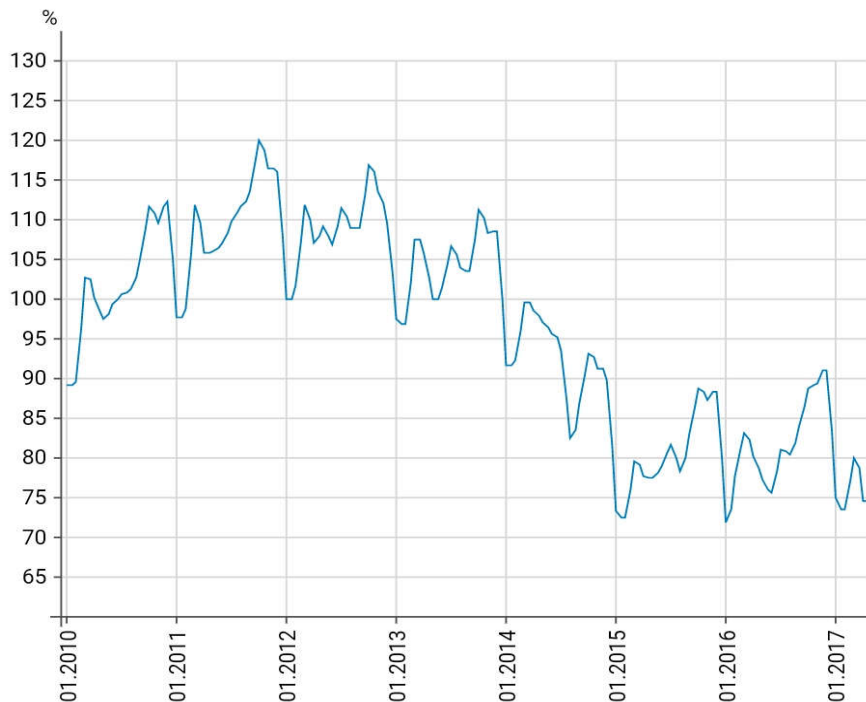


Рисунок 2 – Динаміка індексу промислового виробництва в Україні 2010 – 2017 рр., %

Джерело: [1]

У результаті виходять вироби високої якості з ексклюзивними характеристиками, що задовольняють індивідуальні потреби клієнта. Ціна такого виробу буде визначатися витратами на виробництво й готовністю споживача оплачувати свої амбіції, а не функціональні вимоги до товару.

Підвалини для динамічного зростання агропромислового сектору формують також

активні інвестиції. Якщо зростання всіх капітальних інвестицій в економіці та промисловості за три квартали становило 16,4% та 15,5%, то в сільському господарстві — 64,3%. Капіталовкладення в сільське господарство (29,2 млрд грн за три квартали 2016-го) наздоганяють інвестиції в обробну промисловість (36,1 млрд грн за той самий час).

За період 2007–2016 рр. у товарній структурі експорту й імпорту відбулися істотні зміни. Якщо протягом 2007–2012 рр. у товарній структурі експорту домінували чорні й кольорові метали та вироби з них, то вже з 2013 р. спостерігалось зростання обсягів експорту продовольчих товарів і сировини для їх виробництва. У структурі імпорту переважали машини, устаткування, транспортні засоби та прилади (в 2016 р. 25,5 % від загального обсягу імпорту); продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей (20,4 %); мінеральні продукти (19,9 %); продовольчі товари та сировина для їх виробництва (9,5 %) [1].

Велика частка українського експорту послуг в 2016 р. припадала на транспортні послуги (54,7 %), у т. ч. трубопровідний транспорт; комп'ютерні й інформаційні послуги (16,3 %); послуги з переробки матеріальних ресурсів (11,6 %); ділові послуги (7,9 %). У загальному обсязі імпорту послуг переважали транспортні послуги (у 2015 році – 20,9 %); державні та урядові послуги (19,1 %); послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю (15,8 %); ділові послуги (13,0 %) [1].

Динаміка експорту продукції рослинництва у фізичних обсягах буде ще вищою, ніж виробництва, унаслідок відставання українського тваринництва та зменшення кількості внутрішніх споживачів. Частка продовольчих товарів у загальному вивозі товарів з України за 11 місяців 2016-го сягнула 41,4% проти 37,7% за аналогічний період 2015-го. Попри суттєве зміцнення американської валюти до грошових одиниць більшості інших країн та суттєвіше, ніж очікувалося, просідання цін на вітчизняні продовольчі товари на світовому ринку, експорт останніх забезпечив приріст порівняно з аналогічним періодом 2015-го навіть при обрахунку в доларах на 4% (із \$13,02 млрд до \$13,54 млрд). У євро приріст був ще відчутнішим.

У 2016 році падіння всього експорту зупинилося. Вивіз товарів до ЄС за 11 місяців суттєво зріс (із \$11,69 до \$12,2 млрд). До всіх країн світу загалом спершу спостерігалось гальмування темпів зменшення, а з початку IV

кварталу й відновлення: у жовтні-листопаді 2016-го до жовтня-листопада 2015-го приріст становив 7,1% при обрахунку в доларах (із \$6,41 млрд до \$6,86 млрд) та 7,7% при обрахунку в євро (із €5,84 млрд до €6,29 млрд). Можна очікувати закріплення відповідної тенденції протягом останніх двох місяців 2016-го та продовження в 2017 р. Водночас імпорт відновлюється швидше, ніж експорт, і значне зростання номінальних доходів українців без суттєвої девальвації гривні — набагато глибшої від закладених урядом у держбюджет наступного року 27,2 грн. — очікується збільшенням імпорту.

При цьому відновлення промислового виробництва 2017-го, вочевидь, буде неоднорідним. 2016 року в умовах падіння світових цін на газ поживалося виробництво хімічної продукції в Україні. Попри те що ціни на неї у світі знизилися, конкурентоспроможність українських виробників порівняно з компаніями з країн із власними значними запасами вуглеводневої сировини суттєво підвищилася. На тлі здешевлення газу та нафти різниця між внутрішніми та світовими цінами на них грала на руку українським хімікам. Відповідна тенденція може дістати продовження, якщо прогнозовано не спостерігатиметься різкого зростання цін на газ, а тим більше якщо вуглеводні подешевшають.

2016 року машинобудування в Україні стагнувало, однак падіння загалом припинилося, а в деяких сегментах навіть триває суттєве зростання. На подальше зростання 2017-го можуть також сподіватися вітчизняні виробники фармацевтичної продукції, меблів, легкої та електротехнічної промисловості. Йому сприятиме, зокрема, розширення присутності в Україні ТНК, які використовуватимуть виробничі потужності та порівняно дешеву робочу силу для постачання продукції в ЄС.

Найбільш невизначеними лишаються перспективи української металургії, а також експортерів залізорудної сировини. Поживлення на початку року, зумовлене підвищенням світових цін, досить швидко

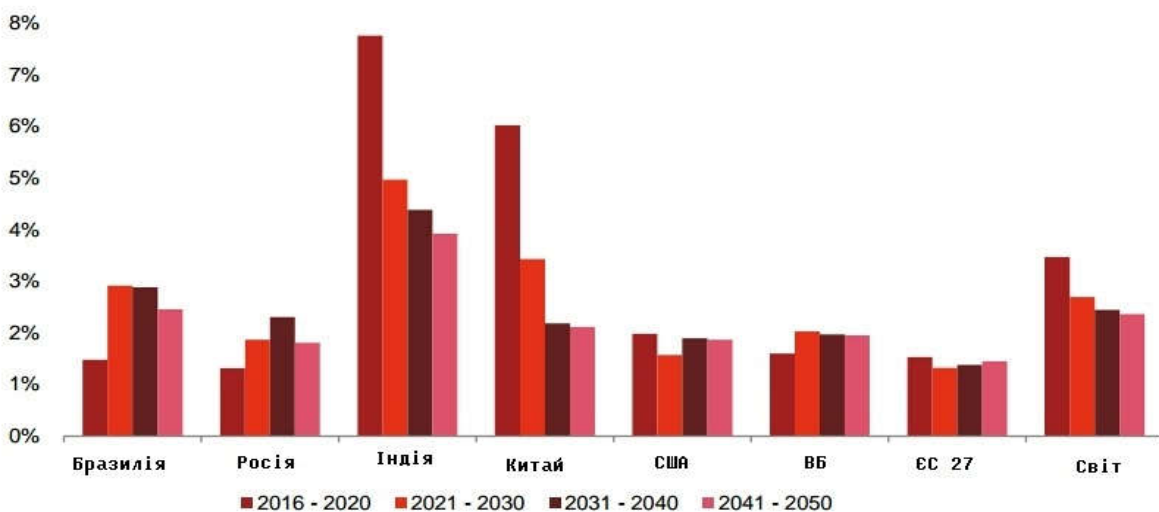
вичерпало свій потенціал. У металургії темпи відновлювального зростання порівняно з відповідним місяцем 2015-го загальмували від досить переконливих 12,5% у квітні до 4% у жовтні 2016-го. Врешті, 2016 року Україна остаточно випала з десятки найбільших виробників сталі, поступившись навіть Туреччині та Італії, традиційно найбільшим імпортерам вітчизняної металургійної продукції. На тлі гальмування попиту, зростання виробництва металопродукції в Китаї та загострення конкуренції на світовому ринку перспективи українських металургів у 2017-2018 рр. видаються не надто оптимістичними [4].

Виходячи із вищевказаного, Україна наразі сфокусовує свою увагу на нарощенню нових ринків збуту та оновлює (удосконалює генерацію ідей) – це країни Азіатко-тихоокеанського регіону і Південної Америки

(Китай, Південна Корея, Індія, Малайзія, Бразилія, Аргентина тощо), адже, ми вважаємо, що ці країни в найближчій перспективі цілком можуть стати локомотивами розвитку світової економіки, через високі темпи розвитку і постійного зростання населення, а значить і споживання в них. У цілому, варто відзначити наявність потреби у країн АТР в продукції ряду галузей, в яких у України є конкурентні переваги. В першу чергу варто загострити увагу на тому, що велика кількість країн Азії відчуває дефіцит в продовольчій сфері, що пов'язано з поліпшенням добробуту населення і зростання попиту на продукти.

Однак, згідно з дослідженнями світової економіки - економіка з часом сповільниться, із помітною поміркованістю у темпах зростання після 2020 рр.

Рисунок 3 – Прогнозування ріст ВВП для великих економік



Джерело: [3]

Прогнозується річне глобальне економічне зростання в середньому близько 3,5% протягом наступних 4 років до 2020 року, сповільнюється до 2,7% протягом 2021–2030 рр., на 2,5% протягом десятиліття після цього та на 2,4% за 2041–2050 рр. У країнах з розвинутою економікою спостерігається помітне зниження чисельності населення працездатного віку. У той же час виникає темпи росту ринку будуть помірними, оскільки ці економіки розвинуті, що

відповідає науковим дослідженням [3]. Тенденція до зростання показників "регресу до середнього" у довгостроковій перспективі. Це проілюстровано на рис. 3, причому темпи зростання найбільших економік з економікою, що розвиваються, з часом змінюються до найближчих перспектив, які зближуються приблизно 2% у відповідності з основними розвиненими країнами – Індія та Нігерія. Два основних винятку з цього, з ростом, що залишається більш високим для

довшого, через їх нижчу початкову середні рівні доходів, що забезпечують більший обсяг для досягнення зростання.

**Висновки.** Оскільки країна прагне вийти «із слабкої до сильної економіки», яка передусім повинна збільшити свої інститути і їх інфраструктуру істотно, якщо планує реалізувати свій потенціал довгострокового зростання, а це можливо якщо правильно розставити стратегічні цілі й завдання.

Щодо поживленої інвестиційної активності – могло бути наслідком того, що

багато важливих реформ почали впроваджуватись останнім часом, тому подальше прискорення процесу реформування економіки є необхідною умовою покращення інвестиційних настроїв та запорукою сталого відновлення економіки.

До 2050 року світова економіка може зрости більш ніж удвічі, припускаючи, що в цілому політики, спрямовані на зростання економіки (включаючи безперервного довготривалого відступу в протекціонізм).

#### Література:

1. Державна служба статистики України : офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Котлер Ф., Триас де Без Ф. Нові маркетингові технології. Методики створення геніальних ідей / Пер. з англ. – СПб: Видавничий дім «Нева», 2004. – 192 с.
3. Світ у 2050 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pwc.com>
4. Стриманий оптимізм. Які перспективи відновлення економіки України у 2017 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tyzhden.ua/Economics/182671>
5. Роговский Е. А. Развитие информационного сектора США к началу XXI века / Е. А. Роговский // США–Канада: ЭПК. – 2002. – №4. – С.69–86
6. Report on State of Mass Customization Implementation and Cost Drivers// [http://masscustomization.blogs.com/mass\\_customization\\_open\\_i/2007/07/report-on-state.html](http://masscustomization.blogs.com/mass_customization_open_i/2007/07/report-on-state.html)
7. Berger C., Möslin K., Piller F., Reichwald R. Co-designing modes of cooperation at the customer interface // European Management Review, 2005. – № 2. – p. 70–87.
8. Da Silveira G., Borenstein D., Fogliatto F. S. Mass customization: literature review and research directions, Int. Journal of Production Economics, 2001. – Vol. 72. – №. 1. – p. 1–13.
9. Qiao G., Lu R., McLean C. Flexible Manufacturing System for Mass Customization Manufacturing, available at: [www.mel.nist.gov/msidlibrary/doc/flexms.pdf](http://www.mel.nist.gov/msidlibrary/doc/flexms.pdf)
10. Piller F. T., Moeslein K., Stotko C. M. Does Mass Customization Pay? An economic approach // Production Planning and Control, 2004. – vol. 15. – № 4. – p. 435–444

#### References:

1. State Service of Statistics of Ukraine: official site, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Kotler F., Trias de Bez F. (2004). New marketing technologies. Methods of creating brilliant ideas, St. Petersburg: Publishing House "Neva", 192 p.
3. The world in 2050, available at: <http://www.pwc.com>
4. Restrained optimism. What are the prospects for the recovery of Ukraine's economy in 2017, available at: <http://tyzhden.ua/Economics/182671>
5. Rogovsky, Ye.A. (2002). Development of the US Information Sector by the Beginning of the Twenty-first Century, USA–Canada: EPC, no. 4, pp. 69–86.
6. Report on State of Mass Customization Implementation and Cost Drivers, available at: [http://masscustomization.blogs.com/mass\\_customization\\_open\\_i/2007/07/report-on-state.html](http://masscustomization.blogs.com/mass_customization_open_i/2007/07/report-on-state.html)
7. Berger C., Möslin K., Piller F., Reichwald R. (2005). Co-designing modes of cooperation at the customer interface, European Management Review, no 2, p. 70-87.
8. Da Silveira G., Borenstein D., Fogliatto F. S. (2001). Mass customization: literature review and research directions, Int. Journal of Production Economics, vol. 72, no. 1, p. 1-13.
9. Qiao G., Lu R., McLean, C. Flexible Manufacturing System for Mass Customization Manufacturing, available at: [www.mel.nist.gov/msidlibrary/doc/flexms.pdf](http://www.mel.nist.gov/msidlibrary/doc/flexms.pdf)
10. Piller, F. T., Moeslein, K. and Stotko, C. M. (2004). Does Mass Customization Pay? An economic approach, Production Planning and Control, vol. 15, no. 4, p. 435–444.