

Л. Пашук, канд. екон. наук, асист.  
КНУ імені Тараса Шевченка, Київ

### МАРКЕТИНГОВЫЕ ОСНОВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БИЗНЕС-АССОЦИАЦИЙ

*Определены основные проблемы та перспективы деятельности украинских бизнес – ассоциаций, дано определение понятию бизнес – ассоциация, выделены основные группы стейкхолдеров бизнес – ассоциаций, выявлены основные элементы комплекса маркетинга неприбыльной организации.*

*Ключові слова: бизнес – асоціацій, концепція маркетинга, основні стейкхолдери, напрямлення діяльності бизнес – асоціацій.*

L. Paschuk, PhD in Economics, Assistante  
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

### MARKETING CONCEPT TO IMPROVE BUSINESS ASSOCIATIONS' ACTIVITY EFFECTIVENESS

*The major problems and perspectives of Ukrainian business associations were defined, definition of business association was developed, key stakeholders of business association were subdivided, marketing mix components of non-profit organisation were identified.*

*Keywords: business associations, marketing mix, main stakeholders, non profit organization.*

УДК 631:338.43  
JEL: Q 130

С. Ревенко, асп.  
ДУ "Інститут економіки та прогнозування" НАН України, Київ

## ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗОВАНОГО АГРАРНОГО РИНКУ

*Стаття спрямована на аналіз інституційних аспектів формування організованого аграрного ринку. З метою виявлення основних інститутів та інституцій, які впливають на феномен "організації" автор аналізує українське інституціональне середовище, яке знаходиться у стадії становлення. Розглядаються основні процеси, що відбуваються у результаті формування організованого ринку. Автор досліджує теоретичні підходи до інституціонального апарату.*

*Ключові слова: інституція; інститут; сільське господарство; аграрний ринок.*

Середовище товарообігу держав успішно регулюється національними та міждержавними ринковими інституціями. Україна, вступивши на шлях організації ринкових відносин економіки, зіткнулася з проблемами: повільна адаптація ринкових інституцій та інститутів до місцевих умов, неузгодженість системи регулювання аграрного ринку, незадовільна модифікація ринкових інститутів тощо. Умовою перетворення агропромислового комплексу на високоєфективний, конкурентоспроможний сектор економіки стає створення прозорих цивілізованих "правил гри", спрямованих на формування середовища сприятливих умов розвитку та функціонування виробництва і просування сільськогосподарської продукції до кінцевого споживача. Суттєве значення в цьому контексті має виникнення правової держави у межах якої відбувається вдосконалення механізмів управління і створення інституційних засад регулювання соціально-економічної системи.

Питаннями, що торкаються інституціональних аспектів формування організованого аграрного ринку займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені як: Анікеєнко В.М., Геєць В. М., Дем'яненко М.Я., Кропивка М.Ф., Малік М.Й., Молдаван Л.В., Лопатинський Ю.М., Саблук П.Т., Скрипник Н., Шличак О.М., Шпикуляк О.Г., Юрчишин В.В., Яцків С. та ін.

Метою статті є аналіз особливостей трансформації окремих інститутів з урахуванням змін, що відбуваються в аграрному виробництві.

Ринкові перетворення передбачають вдосконалення інституційного середовища, до категорій та елементів якого відносяться: норми і правила, договірні умови, економічні агенти, економіка права, економічна історія, еволюційність тощо. Сучасний інституціоналізм є напрямом економічної думки, як методологічна база досліджень. Він описує механізми регулювання і впорядкування суспільного життя, діяльності та поведінки людей, що можуть бути закріплені і оформлені у вигляді нормативного акту, організації, установи, звичаїв, порядку, традицій, які

консолідують обмеження і стимули, створюють економічні відносини, людські взаємодії [6, с.115-116].

Абстрактна людина наукою вивчається в залежності від певного середовища, в якому вона діє. Це середовище утворюється з інституцій і інститутів, сукупності писаних і неписаних норм, яких дотримуються суб'єкти якого-небудь співтовариства.

Інституції – це соціальні форми функцій суб'єктів, об'єктів, процесів і результатів економічної діяльності, що забезпечують еволюцію системи суспільного розподілу праці на підставі статусів, норм, правил, інструкцій, регламентів, контрактів, стандартів і порядків [2, с. 56]. Інститути – це правила, сформовані традиціями суспільно-економічного буття та нормативно-правові акти економічного спрямування. Вони виступають структурними одиницями регулювання економіки і аграрного ринку [3, с. 24]. Як надбання суспільних формацій ринок надає можливість людству розвиватися, роблячи наголос на ефективності буття в економічних проявах. Аграрний ринок підлягає впливу регуляторного механізму, обмежуючи дії "невидимої руки". В Україні продовжується розбудова інституціонального середовища: створюються інститути спрямування, щоб збалансувати інтереси товаровиробників, споживачів і держави.

Ситуацію можна зрозуміти, якщо розглядати її з позицій формальних і неформальних інститутів. До формальних інститутів належать норми, визначені в законодавчих актах, до неформальних – норми поведінки, традиції, звичаї та психологічні особливості селян, стереотипи і правила відносин, вони можуть носити як позитивні, так і негативні риси (рис. 1) [7, с. 38-39, 210; 4, с.134]. Як видно з рисунка, в складних умовах нішу, яку повинні займати формальні інститути, почали оволодівати неформальні і тіньові структури. Обсяг тіньових відносин не фіксується, але він перевищив межу, за якою норми відходять на другий план і нормою стають неправові структури.

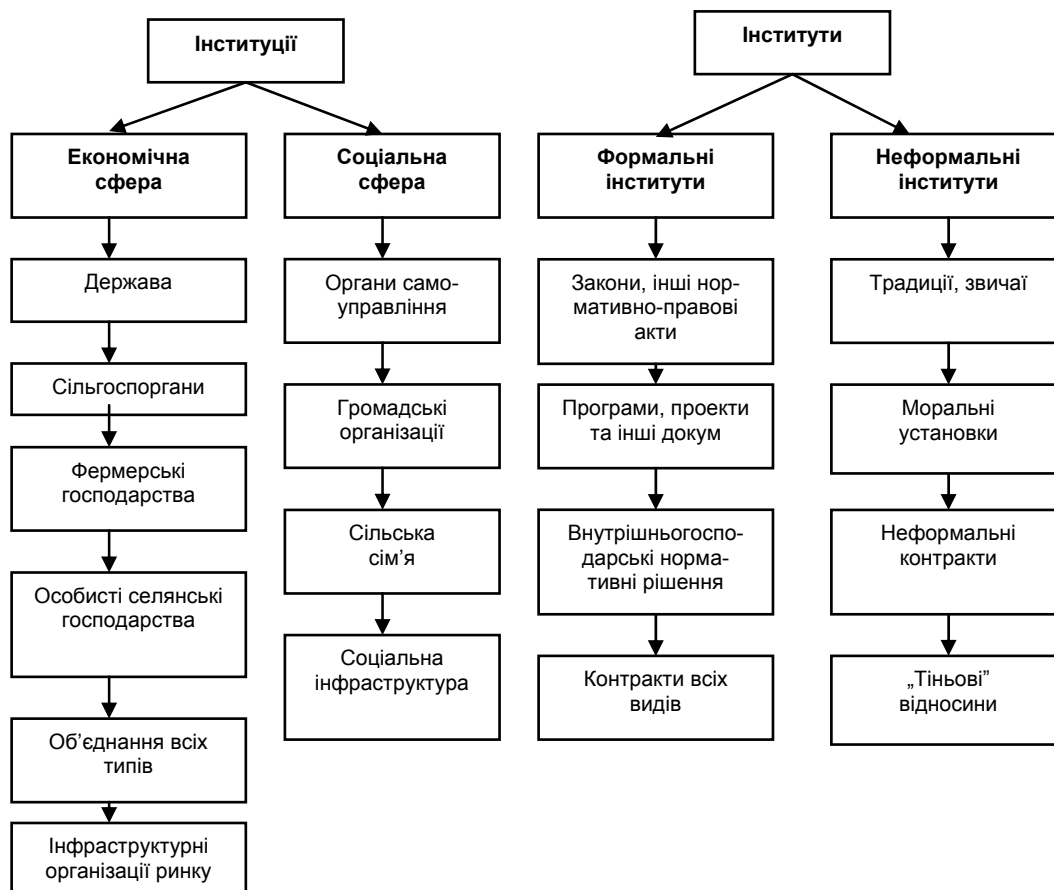


Рис. 1. Класифікація інституцій та інститутів аграрного ринку

\* Джерело: власна розробка автора.

Тому окремі суб'єкти змушені йти на неформальні відносини для провадження своєї господарської діяльності, одержання кредитів та ін. Це наносить шкоду сільському господарству й споживачам продукції – населенню. В багатьох випадках таке становище пов'язано з рівнем розвитку інституціонально забезпеченого середовища. За його відсутності створюються можливості для діяльності багаторівневої системи посередників.

Це дає підставити зробити висновок, що інститути аграрного ринку – сукупність відносин між учасниками та механізми їх реалізації. Основним інституціональним

утворенням стає підприємництво (виробництво, зберігання, переробка, торгівля, обслуговування) [5].

Проте, аграрний ринок продовжує бути недостатньо організованим, на його сегментах відсутні ефективні канали збуту товарів, які носять інституціональний характер: монополізм і затратний механізм ціноутворення товарів; диспаритет цін та нееквівалентність обміну; дисфункціональність; зниження конкурентоспроможності; недосконалість ринкових механізмів і неефективність регулювання і підтримки ринку (див. табл. 1).

Таблиця 1. Маркетингові характеристики продуктів аграрних ринків

Проблеми, які заважають ринку	Напрями удосконалення елементів
1) низька якість товарів, що реалізуються; 2) незбалансованість попиту і пропозиції, диспаритет цін та нееквівалентність їх обміну, невідрегульований механізм ціноутворення; 3) недоліки інтервенційної політики; 4) недоцільне втручання в управління державних органів; 5) зниження конкурентоспроможності; 6) відсутність ефективного механізму захисту інтересів виробників; 7) висока собівартість виробництва; 8) відсутність належного державного регулювання; 9) відсутність експорту та належного внутрішнього споживання; 10) непрогнозованість та демотивація виробників з боку держави; 11) монополізація каналів збуту	1) удосконалити техніко-технологічні та агротехнічні заходи виробництва товарів і їх збут, впроваджувати енергозберігаючі процеси виробництва та реалізації товарів, встановити належний контроль на всіх етапах; 2) удосконалення структури суб'єктів, науково-обґрунтованої спеціалізації і концентрації виробництва, підвищення продуктивності праці, ефективним використанням ресурсів, потенціалу та врахування вимог ринку; 3) підвищення ефективності інтервенційної політики держави; 4) адміністрування загроз продбезпеці; 5) лобювання інтересів аграріїв; 6) формування кооперативних каналів збуту і підтримка виробництва, вдосконалення механізмів просування продукції; 7) мінімізація непрозорого імпорту/експорту; 8) сприяння і підтримка розвитку кооперативних структур; 9) сприяння розвитку інфраструктури; 10) стимулювання платоспроможного попиту; 11) мораторій на імпорт небезпечних продуктів

\* Джерело: розроблено за дослідженнями автора.

З таблиці видно, що для формування організованого аграрного ринку основна увага повинна бути надана показнику якості продукції як складовій конкурентоспроможності, що вимагає покращення інституціонального забезпечення механізму функціонування і розвитку інститутів.

Розвиток інститутів ніколи не відбувається автоматично. Інституційна зміна повинна бути спричинена якоюсь потребою. Тому її ініціатором виступає держава. Якщо ініціатива не підтримуватиметься іншими суб'єктами, вона не набуде розвитку, а контроль з боку державних органів за виконанням їх ініціативи не слід вважати створенням окремого інституту, а як ініціатива базового інституту державного регулювання [7].

За таких обставин визначальне місце в економічному розвитку повинно належати державі, покликаній відпрацьовувати відповідні регуляторні механізми. При таких змінах ринок має стати ефективнішим як для учасників, так і для інституцій.

Офіційні інституції формуються органами державної влади і недержавними організаціями. Забезпечити сталий розвиток аграрного ринку неможливо без налагодження дієвої системи державного управління на різних рівнях, а це потребує середовища, адекватного ринковим умовам господарювання. Інституційні зміни, які відбуваються в аграрному секторі, певною мірою сприяють організаційному оформленню управлінської діяльності, спрямованої на формування аграрного ринку [1, с. 2, 7].

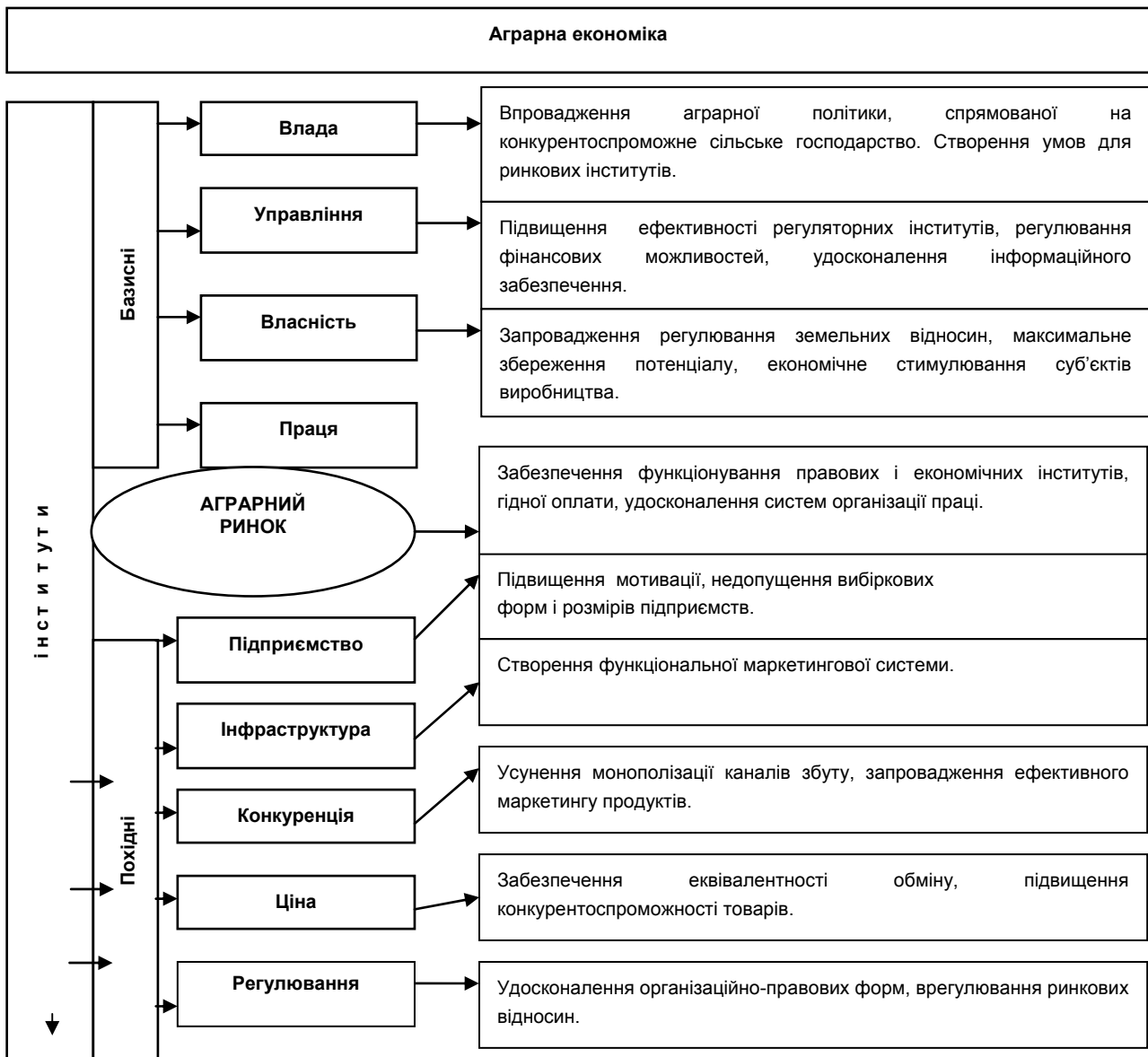


Рис. 2. Стратегія розвитку інститутів аграрного ринку

\* Джерело: власна розробка автора.

Функціонування аграрного ринку регламентують як базові інститути, так і похідні від них. Базовими інституціональними утвореннями АПК виступають виробники та їх об'єднання, ринкова інфраструктура як система підприємств, організацій, служб, які покликані обслуговувати процес товарообміну, забезпечувати його надійність, прозорість, стабільність, органи влади, які впро-

ваджують регуляторну політику. Інституціональна система матеріально-технічного забезпечення АПК реалізується за умови, коли всі структурні елементи ринків створюються і функціонують на принципах:

- рівноправність розвитку всіх форм власності і господарювання;

- забезпечення рівних економічних умов у відносинах споживачів з структурами виробництва, постачання, технічного обслуговування та послуг;

- вільний вибір товарів виробниками постачальників ресурсів і технологій;

- дотримання гарантій високої якості товарів, своєчасність розрахунків;

- обмеження виникнення монопольних формувань, створення кількості посередників в ланцюзі виробник-споживач.

Ефективність інститутів та механізмів державного регулювання АПК вбачається у конструктивному менеджменті всіх перерахованих ланок і виробництва; вдосконалення механізмів просування продукції та законодавчої бази. Ці проблеми є першочерговими для економічних інтересів учасників ринку, його кон'юнктури, споживання та забезпечення якісною продукцією та сировиною споживачів.

Інститути охоплюють проблематику ролі держави. Структурні елементи утворюються з формальних і неформальних інститутів, їхня спрямованість слугує основою функціональної стратегії трансформації. В основу зазначених аспектів слід взяти стратегію розвитку базисних (власність, праця, управління, влада) і похідних (ціна, підприємництво, конкуренція, інфраструктура, регулювання) інституціональних утворень (рис.2).

Зі схеми видно, що стратегія розвитку розглядається як визначення аграрної політики країни щодо вибору кінцевої мети і найважливіших механізмів ефективного функціонування галузі. Такі вихідні положення є спільними для всіх рівнів управління і виробництва. В основу соціально-економічних відносин взято раціональний розподіл та використання ресурсів; ціноутворення; інфраструктура; підвищення соціальних стандартів сільського жителя. Модернізації й удосконалення вимагають інститути, що регулюють право власності, регулювання і підтримки виробників та ринку.

Стратегія аграрної політики повинна передбачати визнання і утвердження аграрної галузі економіки як найважливішої, відносно якої проводиться протекціонізм держави. В умовах обмежених фінансових можли-

востей держава повинна допомагати виробникам перейти від економічного виживання до бізнесу, вирішити проблеми зuboжіння та безробіття в сільській місцевості, зростання добробуту населення.

**Висновки.** Останнім часом, коли до керівництва господарюючими суб'єктами прийшли менш досвідчені, з недостатнім рівнем знань люди, надзвичайного значення набуває підвищення їхньої професіональної кваліфікації. Невідкладним стає включення всіх важелів, спрямованих на поглиблення та підвищення ефективності розвитку організованого аграрного ринку. Вирішення означених проблем, які охарактеризовано як інституціональні, знаходиться у системі управління галуззю. Інститути аграрного ринку відображають сукупність відносин між учасниками та механізми їх регулювання. Поєднання їх створює відповідні рамки, в яких суб'єкти виконують свої процеси під дією формальних і неформальних інститутів, під впливом останніх можна пояснити низьку ефективність аграрного ринку. Держава як інституція створює сприятливі умови і правову базу з метою розвитку ринкових відносин, які ще діють неефективно, а це негативно відбивається на його розвитку.

#### Список використаної літератури:

1. Анікеєнко В.М. Інституційні засади державного регулювання аграрного ринку на регіональному ринку – [Електронний ресурс] / В.М. Анікеєнко – Режим доступу: [www.kbuapa.kharkov.ua](http://www.kbuapa.kharkov.ua)
2. Іншаков О.В., Фролов Д.П. Інституція – ключ до розуміння економічних інститутів / О.В. Іншаков, Д.П. Фролов // Економічна теорія. – 2011. – № 1. – С. 52-62.
3. Лопатинський Ю.М. Трансформація аграрного сектора: інституціональні заходи: [монографія] / Ю.М. Лопатинський. – Чернівці: Рута. – 2006. – 344 с.
4. Серков А.Ф. Проблемы формирования экономических институтов аграрного рынка России / А.Ф. Серков // Экономика АПК. – 2003. – № 10. – С.134 – 138.
5. Скрипник Н., Сердюк А. Інституціональні аспекти формування та регулювання агропромислового виробництва – [Електронний ресурс] / Н. Скрипник, А. Сердюк – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/iver/2009\\_2\\_1/article/13\\_129-136.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/iver/2009_2_1/article/13_129-136.pdf)
6. Шпикуляк О.Г. Інституціональні аспекти регулювання аграрного ринку / О.Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2008. – № 5. – С. 114 – 121.
7. Яцків С. Інститути аграрного ринку: суть і завдання розвитку – [Електронний ресурс] / С. Яцків – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Chem\\_Biol/Vldau/APK/2010\\_2/files%5C10yseadp.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Chem_Biol/Vldau/APK/2010_2/files%5C10yseadp.pdf)

Надійшла до редакції 28.09.13

С. Ревенко, асп.

ГУ "Інститут економіки та прогнозування НАН України", Київ

### ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СРЕДА ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗОВАННОГО АГРАРНОГО РЫНКА

*Статья направлена на анализ институциональных аспектов формирования организованного аграрного рынка. С целью выявления основных институтов и институций, которые влияют на феномен "организации" автор анализирует отечественную институциональную среду, которая находится в стадии становления. Рассматриваются основные процессы, которые протекают в результате формирования организованного рынка. Автор исследует теоретические подходы к институциональному аппарату.*

*Ключевые слова: институция; институт; сельское хозяйство; аграрный рынок.*

S. Revenko, PhD Student

Institute of Economics and Forecasting, Ukrainian National Academy of Sciences, Kyiv

### INSTITUTIONAL ENVIRONMENT OF THE AGRICULTURAL MARKET FORMATION PROCESS

*This article considers institutional aspects of the organized agricultural market formation process. Theoretical base to distinguish institute and institutes is given. In order to find out main influential institutes of the "organization" phenomenon author analyses Ukrainian institutional environment that is under construction process. Author considers main processes which are running during the organized market formation. Author researches theoretical approaches to the institutional staff. In order to structure the most common approaches and theoretical knowledge of this problem author proposes few schemes. Author's points of view for many questions of the organized market formation process are proposed. Researcher analyzes effectiveness of the institutes and governmental regulation of the agricultural market. Readers can find strategically new approach to the agricultural market formation policy from the governmental point of view. Essence of the socioeconomic formation of agricultural market is considered. Main factors of agriculture market formation are outlined. Agricultural market structural parts consideration systematic approach is proposed. Ineffectiveness of the agriculture market relations without regulation process is proved. The most unfavorable reasons of the agricultural market formation are determined.*

*Keywords: institution; institute; agriculture; agricultural market.*

УДК 339.138  
JEL M 11

В. Сердюк, д-р экон. наук, доц.  
Донецкий национальный университет, Донецк

## МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ ВЛИЯНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА КАЧЕСТВО МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

*В статье предложен методический подход к анализу влияния обновления ассортимента ряда на качество продукции и апробирован на примере машиностроительного предприятия. Получены выводы относительно влияния обновления продукции на качество выпускаемой предприятием продукции.*

*Ключевые слова: инновационный процесс; качество и конкурентоспособность продукции.*

**Постановка проблемы.** В условиях рыночной экономики, когда для каждого предприятия становится жизненно необходимым решение вопроса о конкурентоспособности его продукции, должны возрастать темпы освоения новых видов изделий и расширения их ассортимента. Выполнение этих задач требует создания и внедрения новой продукции в минимальные сроки и с наименьшими производственными затратами при условии обеспечения ее высокого качества и надежности в эксплуатации. А это весьма проблематично, поскольку состояние большинства отечественных промышленных предприятий характеризуется не только устаревшей технико-технологической базой, высоким удельным расходом ресурсов, низким уровнем конкурентоспособности продукции, но и использованием старых подходов к управлению инновационными процессами предприятий.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проблемы повышения эффективности процесса обновления продукции, усиления его влияния на конечные результаты общественного производства в экономической литературе занимают не последнее место. Вопросам управления инновационной деятельностью посвящены работы многих ученых, в частности, Аракеяна А.М., Барташева Л.В., Бланка И.А., Бородкина А.С., Бритченко Г.И., Виленского М.А., Гатовского Л.М., Голубничей Г.П., Гончарова В.Н., Дронова Ф.А., Иванова Ю.Б., Ильенковой Н.Д., Катасонова В.Ю., Колегаева Р.Н., Консона А.С., Коровиной З.П., Кушлина В.И., Львова Д.С., Мончева Н., Мэнсфилда Э., Орлова П.А., Павловой В.А., Перлаки М., Роджерса Э., Румянцева А.М., Струмилина С.Г., Твисса Б., Туровца О.Г., Хартмана В.Д., Филипповой С.В., Фостера Р., Шумпетера И., Ямпольского С.М. и др. [1-7 и др.]

**Нерешенные ранее части общей проблемы.** Проблема совершенствования управления инновационной деятельностью машиностроительных предприятий является особенно актуальной, поскольку машиностроение, используя достижения научно-технического прогресса, само оказывает влияние на его темпы и характер: от интенсивности процесса обновления машиностроительной продукции зависят развитие производительных сил во всех отраслях народного хозяйства, масштабы технического перевооружения, темпы создания материально-технической базы и эффективность общественного производства.

Однако, вопросы методологического и информационного обеспечения управления обновлением ассортимента ряда машиностроительных предприятий Украины в условиях неопределенных и динамических изменений экономики с позиций фундаментальных положений теории систем, теории организации, информатики разработаны недостаточно полно. Анализ теоретического и практического опыта иностранных и отечественных специалистов позволяет сделать вывод о существовании определенной "ниши" для исследований в области управления инновационными процессами

ми в условиях неопределенности и динамических изменений производственно-хозяйственных ситуаций.

**Цель статьи.** В частности, требуется глубокое изучение влияния процесса обновления продукции на ее качество и конкурентоспособность, а для этого необходимо определиться с показателями, отражающими данное влияние, и с алгоритмом расчета рекомендуемых показателей.

**Основной материал исследования.** В решении задач, связанных с определением качества осваиваемой продукции, огромное значение имеет выбор показателя, характеризующего как техническую, так и экономическую стороны процесса создания новых моделей. Наиболее точно этому требованию отвечает технико-экономический уровень изделия. Этот показатель, во-первых, обобщает важнейшие технические параметры изделия исходя из его целевого назначения, во-вторых, дает возможность количественно оценить степень превосходства нового изделия над другими, в третьих, отражает затраты на его производство и эксплуатацию, в четвертых, обладает наглядностью. Однако, к сожалению, показатель "технико-экономический уровень" пригоден лишь для оценки техники, используемой как средство труда, и для оценки взаимозаменяемых изделий, то есть изделий одинакового назначения. Поэтому наряду с рассмотренным выше показателем целесообразно использовать показатель экономической эффективности, который в смысле возможной области применения является значительно более универсальным.

При оценке связи обновляемости с качеством продукции целесообразно использовать коэффициент обновления. Этот показатель следует сравнивать с удельным весом продукции, превышающей и соответствующей высшим мировым достижениям. Дело в том, что когда речь идет о связи повышения качества продукции с ее обновлением, имеются в виду именно такие изделия. Одного сопоставления показателей уровней обновления продукции и ее качества недостаточно для выявления степени влияния процесса обновления на качество выпускаемых изделий. Появляется необходимость разработки специальной методики, определяющей, насколько различия в показателях уровня продукции, превышающей и соответствующей высшим мировым достижениям, и уровня обновления связаны с улучшением качества освоенных моделей и насколько – с обновлением.

Если вся новая продукция превышает высшие мировые достижения или соответствует им, определение влияния процесса обновления на уровень качества выпускаемой продукции не представляет особого труда. В этом случае коэффициент обновления характеризует влияние новых изделий на уровень качества всей произведенной продукции, а разница между удельным весом изделий, превышающих и соответствующих высшим мировым достижениям, и коэффициентом обновления показывает влияние на этот уровень улучшения качества ранее освоенной продукции. Немного сложнее обстоит дело, когда некоторые новые модели