

УДК 339.13

Селезньова О.О.

*кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу
Одеської державної академії будівництва та архітектури*

ДІАГНОСТИКА ЕКОНОМІЧНИХ, ПОЛІТИКО-ПРАВОВИХ, НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ ФАКТОРІВ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

DIAGNOSIS OF ECONOMIC, POLITICAL AND LEGAL, SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL FACTORS OF CONSTRUCTION COMPANIES' MARKETING ENVIRONMENT IN UKRAINE

АНОТАЦІЯ

У статті проведено діагностику економічних, політико-правових, науково-технологічних факторів маркетингового макросередовища будівельних підприємств України. Досліджено динаміку та тенденції розвитку показників наведених факторів. Розкрито напрями впливу проаналізованих тенденцій на маркетингову та господарську діяльність суб'єктів господарювання будівництва.

Ключові слова: маркетингове середовище, будівельне підприємство, маркетингова діяльність, економічні фактори, політико-правові фактори, науково-технологічні фактори.

АННОТАЦИЯ

В статье проведена диагностика экономических, политико-правовых, научно-технологических факторов маркетинговой макросреды строительных предприятий Украины. Исследованы динамика и тенденции развития показателей приведенных факторов. Раскрыты направления влияния проанализированных тенденций на маркетинговую и хозяйственную деятельность экономических субъектов строительного рынка.

Ключевые слова: маркетинговая среда, строительное предприятие, маркетинговая деятельность, экономические факторы, политико-правовые факторы, научно-технологические факторы.

ANNOTATION

This article presents the diagnostics of economic, political and legal, scientific and technological factors of construction companies' marketing macro environment in Ukraine. The dynamics and trends of listed factors indicators are researched. The directions of analyzed trends influence at marketing and business activities of construction business entities are revealed.

Keywords: marketing environment for building enterprise, marketing activity, economic factors, political and legal factors, scientific and technological factors.

Постановка проблеми. Постійні зміни та сучасна економічна нестабільність впливають на ефективність роботи суб'єктів господарювання будівельної галузі. Запобігти непередбачуваним кризовим явищам спроможне відстеження впливових факторів із прогнозуванням перспектив розвитку підприємницької діяльності у сфері будівництва.

На ефективне функціонування підприємства впливають сили зовнішнього середовища, серед яких вагоме значення мають економічні, політико-правові та науково-технологічні фактори. Діагностика останніх сприятиме раціоналізації вибору стратегії і тактики діяльності на ринку суб'єктів господарювання будівництва. Наведені причини формують проблему дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування та розвитку маркетингу

в Україні та світі присвятили роботи наукові діячі, такі як: Л.Ю. Багієв [1], Л.В. Балабанова [2], Я.О. Власенко [3], С.С. Гаркавенко [4], Є.П. Голубков [5], В.В. Липчук [6], Ф. Котлер [7], Г. Армстронг [7], Д. Сондерс [7], В. Руде-ліус [8], О.М. Азарян [8] та ін.

У роботах науковців розкрито основні поняття щодо маркетингового середовища та його складових елементів для суб'єктів комерційної діяльності в загалі. Проте практичне дослідження кожного впливового фактора окремо не знайдено у розробках.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Оскільки у більшості наукових розвідок недостатньо уваги приділено впливу факторів маркетингового макросередовища на ринкову діяльність підприємств, зокрема – будівельної галузі, а зміни в оточуючому середовищі вимагають постійної уваги до себе для вчасної реакції та адаптації до умов функціонування, то це свідчить про необхідність та актуальності теми і напряму проведеного дослідження.

Постановка завдання. Метою дослідження є діагностика економічних, політико-правових, науково-технологічних факторів маркетингового середовища будівельних підприємств, що сприятиме посиленню конкурентоспроможності суб'єктів господарювання за рахунок використання наведених даних під час розробки маркетингової стратегії підприємства будівельної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Діагностика маркетингового макросередовища будівельного підприємства передбачає проведення дослідження факторів опосередкованого впливу на маркетингову діяльність суб'єктів господарювання будівельної галузі, серед яких вагоме місце займають економічні, політико-правові, науково-технологічні фактори.

Показники економічної ситуації у країні – ВВП на душу населення, рівень безробіття, рівень інфляції, індекс середньомісячної заробітної плати, інші. Наведені показники відбивають купівельну спроможність та можливий стан попиту цільової аудиторії будівельного ринку, економічні фактори якнайбільше віддзеркалюють комерційну складову функціонування будівельних підприємств.

Так, динаміку зростання ВВП у розрахунку на одну особу населення у фактичних цінах відзеркалено цифровими даними статистичних щорічників України (рис. 1).



Рис. 1. Динаміка ВВП у розрахунку на одну особу населення у фактичних цінах, 2004–2013 рр. [9, с. 25; 10, с. 25]

Загальна позитивна динаміка ВВП на одну особу населення у 2004–2013 рр. потребує уточнення за допомогою аналізу рівня індексів споживчих цін (індексів інфляції) за зазначений період. Індекс споживчих цін (ІСЦ) характеризує зміни у часі загального рівня цін на товари та послуги, які купує населення для невиробничого споживання. Він є показником зміни вартості фіксованого набору споживчих товарів та послуг у поточному періоді до його вартості у базисному періоді. ІСЦ звичайно використовують у якості показника загального рівня інфляції в економіці [11; 12].

Індекс споживчих цін у своїй динаміці перекопує про невинне зростання упродовж 2004–2014 рр., що віддзеркалює інфляцією у країні (рис. 2).

Уповільнення темпів зростання інфляції спостерігається у 2012–2013 рр. із значеннями 99,8% та 100,5%. Найвищі темпи зростання отримано у 2008 р. – 122,3% та у 2014 р. – 124,9%. Таким чином, динаміка показників інфляції за період 2005–2014 рр. розкриває тенденції зростання у 2005–2009 рр. та спаду у 2010–2013 рр., відбиваючи наслідки кризових явищ у економіці країни 2008 та 2014 рр.

За дослідженням автора, найбільші значення середньорічного рівня інфляції спостерігалися у 2009 р., як наслідок фінансової кризи, та у 2014 р., як наслідок громадської революції та окупації територій сходу країни.

Наведені цифрові дані взагалі свідчать про нестабільність економіки, та якщо порівняти динаміку темпів зростання ВВП на душу населення із темпами росту інфляції, то отримаємо такі відомості – див. табл. 1.

Динаміка індексів ВВП на одну особу та інфляції у 2004–2013 рр.

Індекси\Роки	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Індекс ВВП на 1 особу, %	130,1	128,9	124,1	133,2	132,3	96,8	119,0	120,7	108,7	103,3
Індекс інфляції, %	112,3	110,3	111,6	116,6	122,3	112,3	109,1	104,6	99,8	100,5
Перевищення індексів ВВП на 1 особу індексів інфляції (+/-)	+17,8	+18,6	+12,5	+16,6	+10	-15,5	+9,9	+16,1	+8,9	+2,8

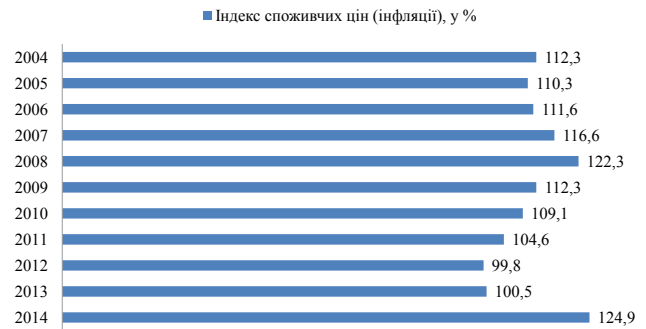


Рис. 2. Динаміка темпів зростання споживчих цін, у % до попереднього року, за 2007–2014 рр. [13]

Різниця між індексами ВВП на одну особу та інфляції показує перевищення темпів росту ВВП на душу населення швидкості знецінення грошової одиниці (гривні) у 2004–2008 рр., 2010–2013 рр., але у 2009 році зростання інфляції випередило темпи приросту ВВП на одну особу населення, що також свідчить про економічну дестабілізацію, наслідки розбалансованості кредитно-фінансової системи, запізненості державного втручання та недоліків регулювання органами влади економіки країни.

Ця тенденція має свій вплив на інші показники соціально-економічного становища країни. Так, індекс середньомісячної номінальної заробітної плати також зростає щорічно протягом зазначеного періоду – див. рис. 3.



Рис. 3. Темпи зростання середньомісячної номінальної заробітної плати найманого робітника, у %, 2007–2014 рр. [9, с. 27; 10, с. 27]

Зниження темпів зростання останнього показника відбулося у 2009–2014 рр. у діапазоні 105,5–117,6%, порівняно до 2004–2008 рр., коли темпи зростання коливалися від 129,2% до 133,7%. У 2009 р. та у 2014 р. індекс середньомісячної заробітної плати був нижчий за індекс споживчих цін, що підтверджує падіння купівельної спроможності населення у наведені роки.

На початок 2015 року (підсумок за грудень 2014-го) офіційна середня заробітна плата в Україні складала 4012 грн. Традиційно вища

Таблиця 1

зарплатня фіксується у Києві, Київській області та промислових регіонах. Центральна і Західна Україна отримують помітно нижчу середню заробітну плату. Водночас протягом минулого року частково йшов процес вирівнювання зарплатні на території України. Так, у кількох областях Західної України середня заробітна плата зростала порівняно швидше, ніж на території більшості східних регіонів [14]. Дуже строкато виглядає карта заборгованості з виплат заробітної плати по регіонах. По Донецькій та Луганській областях накопичилася величезна заборгованість через військові дії, спричинені агресією Російської Федерації проти України. Також велика заборгованість по Харківській, Дніпропетровській, Київській областях [15]. Статистика 2014 р. не враховує АР Крим.

Дані показують тенденції щодо падіння купівельної спроможності населення, в тому числі будівельних товарів, на Сході України.

Щодо динаміки кількості зареєстрованих безробітних, то статистичні відомості Державного комітету статистики України надають такі цифрові дані – див. рис. 4.

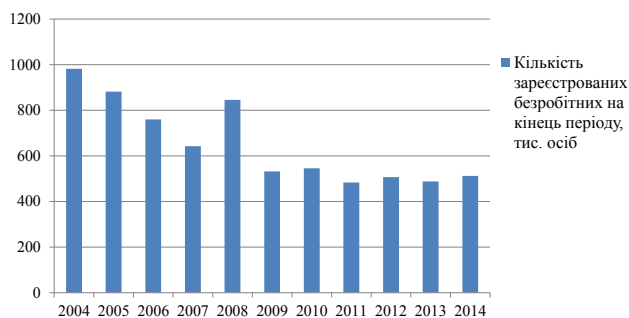


Рис. 4. Кількість зареєстрованих безробітних у 2004–2014 рр. [9, с. 27; 10, с. 27]

Найвищі рівні кількості безробітних спостерігаються у 2004–2008 рр., понад 600 тис. осіб. Причому на тлі загальної тенденції зменшення безробітних усього досліджуваного періоду виділяється збільшення їх кількості саме у 2008 році, коли відбулася фінансова світова криза та у країні було уперше введено мораторій щодо видачі кредитів й дострокового зняття депозитів у банківській сфері, заморожено будівельні проекти, звільнено значну кількість робітників підприємств досліджуваної й інших галузей господарства.

Рівень безробіття за методологією МОП отримано зі спадом у діапазоні від 8,6% до 6,4% у 2004–2008 рр. та зростанням від 7,9% до 8,8% у 2009–2014 рр. [9, с. 27; 10, с. 27]. Рівень безробіття (за методологією МОП) – відношення (у відсотках) кількості безробітних віком 15-70 років до економічно активного населення (робочої сили) зазначеного віку або відповідної соціально-демографічної ознаки.

Якщо порівнювати рівень безробітного населення України із аналогічним показником США (як однією із провідних світових держав), то у

США цей показник зростає від 4,4% у 2007 р. до 10% у 2010 р. та спадає до 5,5% у 2014 р. [16]. Це свідчить про більший вплив на рівень безробіття країни загальної світової економіко-фінансової дестабілізації, що торкнулася не тільки одного національного господарства, а ще й мала характер міжнародного масштабу. Також наведене порівняння показує про більш ефективно та швидше вирішення проблеми безробіття у США ніж в Україні – майже на 3%.

Наведені дані також показують наявність слабких місць у державному регулюванні економіки України взагалі та загальну нестабільність функціонування народногосподарського комплексу країни, у тому числі підприємств будівельної галузі.

Політико-правові фактори маркетингового макросередовища будівельних підприємств включають: форму адміністративного устрою, загальну політичну ситуацію в країні, систему органів влади, правову базу, що регулює господарську діяльність, тощо.

28 червня 1996 року була прийнята Конституція, згідно з якою Україна є республікою. До її складу входять 24 адміністративні області, місто Київ, а до 2014 р. входила і Автономна Республіка Крим та м. Севастополь, що було відокремлено у 2014 р. У зв'язку зі зменшенням території країни відповідно було зменшено і кількість постачання будівельних робіт на територію АРК.

Главою держави є Президент, який виступає від її імені. Носієм суверенітету і єдиним джерелом влади в державі є народ. Державне регулювання підприємницької діяльності будівельних підприємств здійснюється трьома гілками влади: законодавчою – на чолі з Верховною Радою України, виконавчою – Кабінетом Міністрів України та судовою, де найвищу ланку управління займає Верховний Суд України. На місцевому рівні – місцевими державними адміністраціями, органами місцевого самоврядування, районними судами – відповідно.

Правила та норми що регулюють діяльність будівельних підприємств віддзеркалюються у нормативно-правових актах: Конституція України, закони, постанови, положення, інструкції, програми тощо. Насамперед регулювання господарської діяльності суб'єктів господарювання будівництва відбувається – Конституцією України, Господарським кодексом України, Господарським Процесуальним кодексом, Цивільним кодексом, законами України: «Про захист прав споживачів», «Про акціонерні товариства», «Про власність», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про рекламу», «Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про захист економічної конкуренції», «Про землеустрій», «Про інвестиційну діяльність», а також іншими нормативно-правовими документами.

Щодо прав власності будівельних підприємств, то управління майном, що є у державній

власності, здійснюється державними органами, а у випадках, передбачених законом, може здійснюватися іншими суб'єктами. Суб'єктами права приватної власності є фізичні та юридичні особи, які можуть бути власниками будь-якого майна, за винятком окремих видів майна, які відповідно до закону не можуть їм належати. Практика останнього періоду переконливо засвідчила, що приватизацію необхідно проводити поступово, формуючи і підтримуючи нові, справді високоефективні та конкурентоспроможні господарські системи, засновані на приватній і колективній формах власності [17].

Кількість політичних партій відповідно до закону України «Про політичні партії України» становила 235 одиниць на початок 2014 р. Громадських спілок налічувалось у відповідний період – 718 [18]. Можна зробити висновок, що до складності аналізу такої маси рухів та відстеження їх тенденцій.

Політичні лідери повинні звертати увагу на соціальні потреби, що виражаються у масових трендах, прохань та виступах. Одним із останніх найвпливовіших рухів було виражено своєрідною громадською революцією на площі Майдан Незалежності у м. Київ, що тривала кілька місяців на початку 2014 р. Остання була стимулом перетворень у владі держави, одночасно – відокремленням АРК та, як наслідок, окупації східних територій – Донецької та Луганської областей.

Нестабільність визвала зміни у поглядах на життя значної маси спільноти, та посилення «українського» духу у країні. Одночасно зазначено падіння національної грошової одиниці по відношенню до міжнародних валют, у т. ч. євро та долара США. Також відбулося заміщення продукції, що виробляється у Російській Федерації, на національні та закордонні товари, де було можливо здійснити такий перехід.

Все це призвело до розбалансування недовикорисаної перехідної економіки та дисонансів у політичній ситуації в Україні у 2014–2015 рр. Наведені наслідки революційних вимог свідчать про необхідність втручання державного регулювання до політичного оточення підприємств. Також обов'язковим має бути здійснення заходів щодо посилення економічної незалежності суб'єктів господарювання, у тому числі й будівельних підприємств, урівноваження суспільних очікувань та гармонізації дій рухів й політичних партій країни.

Науково-технічні фактори маркетингового середовища будівельних підприємств включають: наявність інновацій у будівництві та суміжних галузях країни в цілому, обсяги науково-технічних робіт, динаміку НДДКР, розвиток освіти населення, інше.

Статистичні відомості з науки та інновацій показують наступні тенденції. Кількість працівників наукових організацій у 2004–2013 рр. поступово знижувалась від 173,6 до 123,2 тис. осіб. Також зменшувалась кількість спеціаліс-

тів, які виконують наукові та науково-технічні роботи, від 106,6 до 77,9 тис. осіб. Кількість працівників, які виконують науково-технічні роботи за сумісництвом незначно коливалася та залишилася майже незмінною: 65,6 тис. осіб у 2004 р., 76,9 тис. осіб у 2007 р. та 57,1 тис. осіб у 2013 р.

Проте відбувалася позитивна динаміка у кількості спеціалістів, що мають науковий ступінь доктора наук (12014 особи у 2005 р. – 16450 особи у 2013 р.) та кандидата наук (68291 особи у 2005 р. – 90113 у 2013 р.).

Спостерігалось збільшення обсягів наукових та науково-технічних робіт, виконаних власними силами підприємств (від 4112,4 млн грн у 2004 р. до 11252,7 млн грн у 2012 р.).

Упродовж 2005–2013 рр. упровадження нових технологічних процесів мало коливання із ростом від 1808 у 2005 р. до 2188 у 2012 р., та падінням до 1576 у 2013 р.

Освоєння виробництва нових видів продукції у промисловості також мало змінну динаміку від щорічного збільшення на протязі 2005–2012 рр.: 3152 – 3403 відповідно, зі зниженням до 3138 у 2013 р.

Це також підтверджує загальну тенденцію щодо підвищення рівня освіти населення України та показує напрям інноваційного розвитку підприємств, у тому числі будівельної галузі.

Висновки. Таким чином, доходимо висновку, що економічні, політико-правові та науково-технологічні фактори маркетингового середовища мають свій опосередкований вплив на діяльність підприємств будівельної галузі за наступними напрямками:

- зниження купівельної спроможності населення у 2008, 2014 рр., у зв'язку із зростанням заборгованості по заробітній платні окремих регіонів та кількістю безробітного населення;

- звуження ринку будівництва, у зв'язку з відокремленням АРК та окупацією східних територій;

- нестабільність грошової одиниці, у зв'язку з дисбалансом економіки, та її вплив на закупівлю сировини, матеріалів у будівництві;

- зміни в політиці та керівному складі органів державної влади віддзеркалюється на управлінні господарською діяльністю будівельних підприємств, отриманні дозвільних документів, процесі будівництва, плануванні об'єктів, призначенні й розподілу земель;

- скорочення науково-технічних працівників наукових організацій з одночасним збільшенням фахівців із ступенем кандидату та доктору наук, збільшення наукових нововведень на підприємствах за рахунок власних коштів показує також напрямок розвитку підприємств будівництва.

Також можна дійти висновку щодо необхідності удосконалення державного управління факторами маркетингового середовища – потребує уваги політико-правове забезпечення регулювання економічного розвитку господарств, інвестування розвитку науки, техніки та технологій.

Більш глибоке дослідження факторів маркетингового макросередовища може розкрити й інші тенденції, що також заслуговують на увагу управлінського складу будівельних підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Багієв Л.Ю. Маркетинг: підручник для ВНЗ. – СПб.: Видавництво СПбГУЕіФ, 2008. – 320 с.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг: підручник / Л.В. Балабанова. – Вид. 3-тє, перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2011. – 543 с.
3. Власенко Я.О. Основи сучасного маркетингу / Я.О. Власенко, С.В. Карпенко. – К.: Видавництво «Фірма «ІНКОС», 2011. – 328 с.
4. Гаркавенко С.С. Маркетинг. – Київ: Лібра, 2008. – 712 с.
5. Голубков Є.П. Основи маркетингу: підручник. – М.: Финпресс, 2009. – 276 с.
6. Липчук В.В. Маркетинг: основи теорії і практики: навчальний посібник / В.В. Липчук, А.П. Дудяк, за заг. ред. В.В. Липчука. – Львів: Новий світ-2000, Магнолія плюс. – 2003. – 288 с.
7. Котлер Ф. Основи маркетингу / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс; пер. с англ. – 2-е європ. изд. – М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вільямс», 2007. – 944 с.
8. Маркетинг: підручник / В. Руделіус, О. М. Азарян, О. А. Виноградов та ін.: Ред.-упор. О.І. Сидоренко, П.С. Редько. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2005. – 422 с.
9. Статистичний щорічник України за 2011 р. / За редакцією О.Г. Осауленка. – Київ: Державна служба статистики України, 2012. – 559 с. – С. 25.
10. Статистичний щорічник України за 2013 р. / За редакцією О.Г. Осауленка. – Київ: Державна служба статистики України, 2014. – 534 с. – С. 25.
11. Індекс споживчих цін: посібник для користувачів / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/ctisc/posibnyk.pdf>.
12. Індекс інфляції (Україна) / Фінансовий портал МІНФІН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://index.minfin.com.ua/index/infl/?2014>.
13. Основні показники соціально-економічного розвитку України / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
14. Середня заробітна плата за регіонами за місяць у 2014 році / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/gdn/reg_zp_m/reg_zpm14_u.htm.
15. Заборгованість із виплати заробітної плати у 2014 році / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/gdn/zvz/zvz2014_u.htm.
16. Уривень безробітності в США (Unemployment Rate) / MFD.RU [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mfd.ru/calendar/details/?id=53>.
17. Основи політології: навч. посібник. – Вид. 2-ге, перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2000. – 312 с.
18. Кількість зареєстрованих громадських об'єднань, професійних спілок, політичних партій та благодійних організацій у 2014 році. Експрес-випуск / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.