



Критика і бібліографія

Микола МАТВІЇВ

**ХІМІЧНА ПРОМИСЛОВІСТЬ УКРАЇНИ:
ЕКОНОМІЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ
ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Класифікація за JEL: Y3.

Трансформаційні зміни, що повинні здійснюватись як у реалізації економічних трансформацій, так і в перспективі, загострюють необхідність наукового пошуку, спрямованого на створення теоретико-прикладних засад роботи підприємств хімічної промисловості. З цих позицій системний підхід формує методологічну основу дослідження в монографії «Хімічна промисловість України: економічні трансформації та перспективи»^{*}. Вирішення проблеми стабілізації та відродження економіки України, її подальший розвиток в умовах подолання кризових явищ можливі лише при створенні конкурентоспроможного промислового виробництва, особливо в таких галузях, як хімічна, вугільна, металургійна, машинобудівна, енергетична. Сучасним підприємствам необхідно враховувати низку найважливіших чинників, що впливають на ефективність економічної стратегії розвитку, а саме ті, які становлять

© Микола Матвіїв, 2011.

Матвіїв Микола, докт. екон. наук, проф., Тернопільський національний економічний університет, Україна.

^{*} Шубін О. О. Хімічна промисловість України: економічні трансформації та перспективи : Монографія. – Донецьк, 2010. – 628 с.

зовнішнє і внутрішнє середовище, силу й активність конкурентної боротьби, потенціал маркетингу, економічні складники.

Насичення сучасного ринку товарами залежить від роботи підприємств хімічної промисловості як однієї з базових галузей економіки нашої країни. Проте кількість і якість продукції, що виробляється, залежать також і від обсягів попиту на відповідному ринку. Тобто для ефективної діяльності підприємства в умовах конкурентного середовища необхідне формування організаційно-економічного механізму на базі систематичного вивчення ринку, поведінки споживачів, їх вимог до товару. Це потребує створення переважно нової системи управління підприємствами хімічної галузі, тенденцій розвитку світового ринку хімічної продукції, маркетингових інструментів, адаптованих до проблем розвитку економіки України, її трансформації на ринкових засадах.

Крім того, актуальність проблеми пов'язана із практичним впровадженням моделювання процесів антикризового управління в хімічній промисловості, а механізм його реалізації вимагає поглиблення й удосконалення стратегічних альянсів і партнерства.

У першій частині монографії автор розглядає теоретичні засади управління підприємствами хімічної галузі в сучасних економічних умовах, враховуючи поняття антикризового управління, складові та індикатори кризової ситуації підприємства, принципи прийняття рішень у процесі антикризового управління, характеристику зовнішнього середовища хімічного підприємства та проблеми ефективності управління підприємствами хімічної галузі. Розробка механізмів антикризового управління підприємством в умовах нестабільного економічного середовища є актуальним науковим завданням, що потребує ретельного та глибокого дослідження.

У другій частині монографії наведено результати моніторингу тенденцій розвитку світового ринку хімічної продукції: аналіз тенденцій розвитку світового ринку хімічної продукції, стан ринку хімічної продукції України, формування сучасних ринкових сегментів хімічного комплексу. Виявлено тенденцію до зниження обсягів виробництва, що пояснюється подорожчанням енергоносіїв, і, як наслідок, збільшенням собівартості продукції, зниженням рівня замовлень або втрати замовників у зв'язку з кризою. Але підкреслено позитивну динаміку синтетичних м'яких засобів, незважаючи на деяке зниження рівня виробництва.

Надалі увагу спрямовано на маркетингові питання інноваційних зусиль хімічного підприємства в системі антикризового управління, а саме на розвиток маркетинг-мікс хімічного підприємства з використанням концепції «слабких сигналів», ринковий та інноваційний потенціал підприємства і його оптимізацію, маркетинг хімічного підприємства в кризово-рецесивних умовах. Автор вирішує питання корпоративного управління та саморегулювання системи в підвищенні стійкості підприємства і дає оцінку ефективності маркетингової стратегії хімічного підприємства, що працює на корпоративному ринку.

Формування вітчизняного маркетингу в хімічній галузі є комплексним, багатоаспектним процесом, що має специфічні особливості. Ці особливості передусім зумовлені характером і параметрами хімічної продукції, призначеної як для корпоративних клієнтів, так і для клієнтів – фізичних осіб. Отже, хімічна галузь, орієнтована на два типи ринків, є центрованою системою маркетингу споживчих товарів і промислового маркетингу. При цьому кожна системна одиниця, якою є підприємство або його стратегічні підрозділи господарювання, може розглядатися як самостійна економічна категорія, що має диференційовані шляхи взаємодії з рештою ланок інтегрованої системи маркетинга.

Наступний розділ монографії – моделювання процесів антикризового управління в хімічній промисловості – має велику практичну значущість. Проведено діагностику інтегрального критерію розпізнавання кризової ситуації, розроблено модель конкурентної ефективності управління підприємствами хімічної промисловості, імітаційне моделювання кризової ситуації на підприємствах хімічної промисловості України. Також заслуговує уваги модель впливу чинників навколишнього середовища на об'єкти хімічної галузі та моделювання економічної безпеки хімічної промисловості України. Автором спрогнозовано реалізацію інвестиційного проекту в умовах кризи. Діагностика кризового розвитку і загрози банкрутства є одним із ключових етапів антикризового управління, оскільки його методичні підходи забезпечують належне для кількісного розпізнавання кризової ситуації (наростання загрози банкрутства). При цьому найважливішим завданням антикризового управління підприємством хімічної галузі є своєчасне розпізнавання симптомів кризи та точна ідентифікація рівня загрози.

Заключний розділ монографії містить авторський підхід щодо основ стійкого розвитку хімічних підприємств шляхом створення та розвитку стратегічних альянсів і партнерства. Досліджено еволюцію розвитку стратегічних альянсів, розроблено детермінанти формування стратегічних хімічних альянсів. Авторська розробка факторів успіху маркетингових стратегій багатонаціональних хімічних компаній в Україні та організації саморегулювання як механізмів стійкості та розвитку стратегічних хімічних альянсів заслуговує високої оцінки. Формування й освоєння світового ринку міжнародними хімічними альянсами постає нові завдання і відкриває нові можливості для адаптивного управління бізнесом. Поки що є відсутньою остаточно сформована базова стратегія поведінки і діяльності таких альянсів і стратегії кожного їх учасника. Проте, з урахуванням глобалізаційних процесів, з одного боку, і кризових явищ, з іншого, міжнародні форми співпраці розвиватимуться й удосконалюватимуться. В умовах реалізації концепції адаптивного управління є необхідним перегляд стереотипів мислення щодо формування стратегічних пріоритетів маркетингу хімічних альянсів.

Монографія О. О. Шубіна – системна наукова праця, яка пропонує комплексне вирішення однієї з найбільш актуальних проблем, що стоять пе-

ред вітчизняною економікою, а саме розвитку хімічної промисловості та її прогнозування на українському та зарубіжному ринках. Вона ґрунтується на широкій методологічній, науковій базі з використанням сучасних методів економіко-математичного та організаційного моделювання на основі маркетингу та іншого наукового інструментарію. Її результати становлять наукову новизну та мають практичну цінність як для державних органів управління, так і для бізнес-структур.

Стаття надійшла до редакції 4 лютого 2011 р.