

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**АВДІЄНКО ЯНА АНАТОЛІЇВНА**

УДК 339.138 (075.8)

**СУБКОНТРАКТАЦІЯ ЯК ФОРМА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Спеціальність 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами  
(за видами економічної діяльності)

**АВТОРЕФЕРАТ**  
дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата економічних наук

**Одеса – 2018**

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі маркетингу Одеського національного економічного університету Міністерства освіти і науки України.

**Науковий керівник:** доктор економічних наук, професор  
*Литовченко Ірина Львівна,*  
Одеський національний економічний університет,  
завідувач кафедри маркетингу.

**Офіційні опоненти:** доктор економічних наук, професор  
*Решетнікова Ірина Леонідівна,*  
ДВНЗ «Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана»,  
професор кафедри маркетингу;

кандидат економічних наук, доцент  
*Свірідова Світлана Сергіївна,*  
Одеський національний політехнічний  
університет,  
доцент кафедри економіки підприємств.

Захист відбудеться «18» грудня 2018 р. о 15.00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 41.055.03 в Одеському національному економічному університеті за адресою: 65082, м. Одеса, вул. Преображенська, 8, ауд. 217.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Одеського національного економічного університету за адресою: 65082, м. Одеса, вул. Преображенська, 8, ауд. 211.

Автореферат розісланий «16» листопада 2018 р.

**Вчений секретар  
спеціалізованої вченої ради**

**Н. А. Сиротенко**

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми дослідження.** Кризові явища в економіці України та посилення конкурентної боротьби дають поштовх для пошуку інноваційних інструментів організації виробництва з метою ефективного використання наявних ресурсів. Стрімкий розвиток науково-технічного прогресу стимулює промислові підприємства впроваджувати сучасні організаційні форми господарювання та сприяє налагодженню коопераційних взаємовідносин між різномасштабними промисловими підприємствами.

Як показує досвід світових гігантів промисловості (США, Японія, Німеччина, Італія та ін.), одним із дієвих форм господарювання та промислової кооперації є субконтрактація.

Цей вид сучасної промислової кооперації великих, середніх та малих підприємств зарекомендував себе як ефективний механізм оптимізації бізнес-процесів, саме тому для України, з урахуванням тенденцій поглиблення в глобалізаційні процеси і розвитку цифрової економіки, є актуальним використанням субконтрактних відносин.

Напрямки розвитку субконтрактних відносин знайшли досить широке відображення в працях сучасних зарубіжних і вітчизняних науковців. Серед напрацювань зарубіжних вчених варто виділити праці: Р.Коуза, Д.Норта, О.Вільямсона, Р.Ауманна, М.Портера, Ф.Котлера та інших.

Питаннями становлення коопераційних відносин та визначення економічного ефекту від впровадження різних форм цих відносин в Україні займаються такі автори, як Д.А. Антонюк, М.А. Бабій, Є.А. Бельтюков, З.С. Варналій, М.П. Войнаренко, О.С. Кічук, Т.В. Кондратьєва, І.Л. Литовченко, І.Л.Решетнікова, С.С. Свірідова, Н.Л. Шлафман та ін.

Теоретичні основи розвитку кооперації розглядали Є.Бобко, А.Булатов, А.Добронравов, Е. Дряхлов, А.Кисельов, О.Скопіон, І.Петрищева, Л. Хлебніков, Л. Христофорова та ін. Дослідження цих вчених були спрямовані на визначення основних відмінних рис та особливостей субконтрактації у порівнянні з іншими формами промислової кооперації, а також виявлення перешкод на шляху впровадження цієї форми в діяльності підприємств.

Однак, як і раніше, серед авторів немає одностайності щодо сутності поняття «субконтрактація» в умовах сучасної економіки, недостатньо висвітлений алгоритм розрахунку економічної ефективності від впровадження даного способу промислової кооперації, а також відсутні розробки щодо маркетингової складової, яка стає однією з основних в умовах сучасного ринку в інфраструктурному забезпеченні субконтрактних відносин.

Недостатня розробленість зазначених питань, їх актуальність та практичне значення обумовили вибір теми дисертаційної роботи, визначили мету, завдання, предмет та об'єкт дослідження.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертація виконувалась відповідно до науково-дослідних тем Одеського національного економічного університету, зокрема: в рамках теми кафедри маркетингу «Маркетингові інструменти інноваційного розвитку економічних систем» (ДР № 0112U000128), 2012-2016 рр., проаналізовано основні переваги та недоліки сучасної форми взаємодії промислових підприємств – субконтрактації, підкреслено маркетингову складову процесу та розроблено методичні основи створення Центру субконтрактації; в темі «Кон'юнктурний супровід та імплементація стратегії просування наукових розробок та промислової продукції на експорт» (ДР № 0116U000751), 2016-2017 рр., запропоновано залучати заклади вищої освіти до організації інфраструктурної підтримки Центру субконтрактації; ведеться робота в межах теми «Експортно-орієнтована маркетингова діяльність підприємств в умовах промислової революції 4.0» (ДР № 0117U002956), 2017-2021 рр., розглянуто інноваційні маркетингові інструменти, необхідні для забезпечення функціонування субконтрактації. В прикладній роботі «Проведення моніторингу з метою аналізу виробничих потужностей, ринку збуту готової продукції, проблем підприємництва та шляхів їх вирішення (код класифікатора ДК 016-2010 70.10.1 «Послуги головних контор/офісів», ДК 016-2010 73.20.1 «Послуги щодо досліджування ринку та подібні послуги»)» (ДР № 0114U005379), 2014 р., здійснено маркетингові дослідження промислових підприємств м. Одеси та запропоновано організацію Центру субконтрактації.

**Мета і завдання дослідження.** Мета роботи полягає в теоретико-методичному обґрунтуванні положень щодо впровадження субконтрактації та забезпеченні її маркетингової складової.

Для досягнення мети було поставлено такі завдання:

– дослідити та систематизувати основні підходи щодо тлумачення поняття «субконтрактація»;

– проаналізувати світовий досвід субконтрактних відносин в країнах ЄС, США та Японії, сучасні класифікації та класифікаційні ознаки, які дають змогу критично осмислити міжнародний досвід щодо субконтрактації для використання його вітчизняними підприємствами;

– дослідити основні теоретико-методичні засади розрахунку ефективності впровадження субконтрактації для підприємств-учасників та запропонувати власну гіпотезу методичних засад з урахуванням маркетингових витрат;

– визначити структуру ринку промисловості України на основі комплексу економічних показників для виявлення промислових регіонів, в яких можуть виникнути варіанти ефективних субконтрактних взаємозв'язків між різномасштабними підприємствами;

– проаналізувати розвиток промислових підприємств в місті, яке досліджується як приклад, для виявлення потенційних підприємств-учасників субконтрактації;

– запропонувати методичні основи щодо варіантів створення Центру субконтрактації в та забезпечення його маркетингових функцій;

– розробити методичні рекомендації щодо визначення економічного ефекту від економії витрат на маркетингову діяльність для потенційного учасника Центру субконтрактації.

**Об'єктом дослідження** є процес формування економічно обґрунтованих відносин в процесі субконтрактації між різномасштабними промисловими підприємствами та використання маркетингової складової цих відносин.

**Предмет дослідження** – теоретико-методичні основи втілення на принципах цифрової економіки маркетингової функції субконтрактації між промисловими підприємствами різних розмірів.

**Методи дослідження.** Для досягнення встановленої мети та розв'язання визначених завдань у дисертаційній роботі використано такі методи наукових досліджень: *аналізу та синтезу* – для вивчення об'єкта і предмета дослідження; *теоретичного узагальнення* – для уточнення поняття «субконтрактація»; *порівнянь* – для виявлення характерних особливостей субконтрактних відносин; *систематизації та групування* – при класифікації міжнародних моделей субконтрактації; *холізму та холістичного маркетингу* – при розгляді промислового ринку та його учасників як єдиного цілого; *експертних оцінок* – для визначення маркетингових характеристик попиту та пропозиції; *кластерного аналізу* – для ідентифікації типових підприємств та можливості створення субконтрактних відносин між ними; *картографічний метод* – для узагальнення просторових закономірностей розміщення кластерів; *економіко-математичні* – для удосконалення методичних підходів щодо визначення економічного ефекту від впровадження субконтрактації.

Теоретичною та методологічною основою дисертаційної роботи є напрацювання вітчизняних та іноземних науковців, нормативно-правові та законодавчі акти; дані Державної служби статистики України, Інтернет джерела, дані фінансової звітності машинобудівних підприємств, звітність міської ради, дані, отримані в процесі авторських маркетингових досліджень.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в розробці теоретико-методичного обґрунтування положень щодо доцільності впровадження субконтрактації та маркетингової складової даного процесу, зокрема:

*удосконалено:*

- поняття «субконтрактація», яке, в порівнянні з попередніми тлумаченнями, враховує зміни ринку в умовах цифрової економіки та базується на інформаційно-комунікаційних технологіях, а саме – це сучасна форма виробничої кооперації, яка передбачає довгострокові коопераційні взаємовідносини між різномасштабними промисловими підприємствами на основі договору-підряду, з метою підвищення ефективності виробничого процесу і задоволення попиту якісною, конкурентоспроможною продукцією в умовах трансформації ринку в бік цифрової економіки;

- методичні основи визначення економічного ефекту від впровадження субконтрактації, які на відміну від інших враховують маркетингову складову (витрати на маркетингові дослідження, пошук інформації та партнерів субконтрактних відносин, інтернет-маркетинг, маркетинговий аудит та інші послуги (страхування, консалтинг, сертифікація та ін.);

- методичні засади щодо вибору промислових регіонів на основі комплексу економічних показників, із застосуванням кластерного аналізу та картографічного методу, для виявлення потенціалу формування субконтрактаційних відносин між промисловими підприємствами, які на відміну від попередніх враховують розмір підприємств, кількість зайнятих та працівників, кількість найманих працівників, витрати на оплату праці, обсяг реалізованої продукції, фінансовий результат;

- методичні основи розрахунку економічних результатів стосовно отримання маркетингових послуг промисловими підприємствами від інфраструктурної організації, які на відміну від попередніх враховують маркетингову складову та варіативний підхід;

*набули подальшого розвитку:*

- класифікаційні ознаки субконтрактації, які прийнято в сучасних міжнародних класифікаціях, до яких було запропоновано включення додаткової ознаки – «використання учасниками субконтрактації інформаційних технологій», яка наряду з попередніми, такими як «критерій вибору виконавця замовлення», «тривалість відносин між партнерами по кооперації», «структура побудови коопераційних відносин» не розглядала застосування інноваційних маркетингових інструментів;

- дослідження стосовно промислового потенціалу різномасштабних підприємств по регіонах України для можливості формування субконтрактації та її інфраструктурної підтримки.

- теоретико-методичні основи щодо обґрунтування варіантів створення Центру субконтрактації в м. Одеса та забезпечення його інфраструктурної підтримки на базі запропонованих авторських гіпотез.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в тому, що використання теоретичних і практичних положень дисертаційної роботи спрямоване на підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності підприємств промисловості України та машинобудівної галузі, зокрема. Основні матеріали та результати запропоновані здобувачем, а саме пропозиції щодо економії витрат на маркетинг, які надаватиме Центр субконтрактації та розрахунок економічного ефекту для підприємств, прийнято до впровадження в практику роботи:

– ПАТ ВО «Стальканат-Сілур» (акт про впровадження №16/437-1 від 14.04.2018 р.);

– ТОВ «Алекс-Агро» (акт про впровадження №184-3 від 22.05.2018 р.);

– ТОВ «Телекарт-прилад» (акт про впровадження №34/сп від 23.05.2018 р.).

Рекомендації щодо створення Центру субконтрактації з урахуванням моніторингу аналізу виробничих потужностей, ринку збуту готової продукції та проблем підприємництва міста надано Департаменту економічного розвитку Одеської міської ради (довідка №1569/01 - 41/01 від 31.08.2018 р.).

Результати проведеного дослідження використано у навчальному процесі в Одеському національному економічному університеті під час викладання дисциплін «Маркетинг», «Паблік рилейшинз», «Рекламний менеджмент» (довідка № 01-11/855 від 21.05.2018 р.).

**Особистий внесок здобувача.** Дисертаційна робота є самостійно виконаною науковою працею, що відображає авторський підхід, особисті наукові, теоретико-методологічні та практичні результати, отримані автором. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у роботі використано лише ті положення та ідеї, що становлять індивідуальний внесок автора.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення і результати дисертації доповідалися та обговорювалися на всеукраїнських та міжнародних науково-практичних конференціях: «Актуальні проблеми розвитку економіки в контексті глобальних викликів» (м. Одеса, 2013 р.), «Маркетинг в Україні» (м. Київ, 2014 р.), «Економіка, менеджмент та аудит: сучасні проблеми та напрями розвитку» (м. Львів, 2015 р.), «Стратегія інноваційного розвитку економіки: бізнес, наука, освіта» (м. Харків, 2015 р.), «Економіка і менеджмент: сучасні трансформації в епоху глобалізації» (Литва, м. Клайпеда, 2016 р.), «Напрями розвитку ринкової економіки на засадах конкурентоспроможності, інноваційності та сталості» (м. Запоріжжя, 2017 р.)

**Публікації.** За темою дисертації опубліковано 17 наукових праць, серед яких: 3 підрозділи – у колективних монографіях, у тому числі 1 – у міжнародній, 8 статей – у наукових фахових виданнях України, 1 стаття – у зарубіжному виданні, 6 тез доповідей на конференціях. Загальний обсяг опублікованих праць – 7,91 д.а., з них особисто авторові належить – 5,86 д.а.

**Структура та обсяг дисертації.** Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг дисертації складає 234 сторінки, у тому числі 196 сторінок основного тексту, список використаних джерел із 196 найменувань, 7 додатків, 37 рисунків і 36 таблиць.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертації, сформульовано об'єкт, предмет і методи дослідження, відображено основну мету та задачі, розкрито наукову новизну та практичне значення отриманих результатів, наведено інформацію щодо їх апробації.

У першому розділі «**Економічна сутність субконтрактації як сучасної форми виробничої кооперації**» досліджено сутність поняття «виробнича кооперація» та теоретичні основи субконтрактації як форми

виробничої кооперації; проаналізовано міжнародний досвід застосування субконтрактації в світовій та вітчизняній економіці; розкрито методичні основи щодо визначення економічного ефекту від впровадження субконтрактації на промислових підприємствах.

Аналіз праць вітчизняних та зарубіжних науковців показав наявність дискусійних поглядів щодо сутності поняття «субконтрактація», як однієї з форм виробничої кооперації.

У роботі здійснено ґрунтовний огляд основних визначень та глибоких змін в економіці останніх років. Це надало змогу вдосконалити існуюче тлумачення субконтрактації, під яким запропоновано розуміти сучасну форму виробничої кооперації, яка передбачає довгострокові коопераційні взаємовідносини між різномасштабними промисловими підприємствами на основі договору-підряду, з метою підвищення ефективності виробничого процесу і задоволення попиту якісною, конкурентоспроможною продукцією в умовах трансформації ринку в бік цифрової економіки.

Стан економічних процесів, які відбуваються в світі показує, що використання маркетингово-аналітичних функцій субконтракту є новим вектором розвитку цієї форми виробничої кооперації.

Зміст маркетингових функцій субконтрактації полягає в:

- аналізі факторів маркетингового середовища, в якому здійснюють свою господарську діяльність та формують відповідний комплекс маркетингу, промислові підприємства;
- дослідженні ринкових та маркетингових можливостей підприємств, виявленні та формуванні попиту і пропозиції на промисловому ринку країни або регіону;
- налагодженні ефективних комунікацій між замовником та постачальником, які вступають в контрактні відносини, консультації впродовж всієї субконтрактної взаємодії;
- застосуванні додаткових функцій, які можуть дозволити використати можливості страхового маркетингу та маркетингового аудиту, інтернет-маркетингу; інфраструктурної підтримки субконтрактації;
- формуванню маркетингу відносин, а саме створення для кожного договору або партнерів програм взаємодії (CRM), навчання та тренінги в рамках круглих столів та семінарів щодо підвищення кваліфікації учасників субконтрактних відносин, з залученням представників бізнесу, державних органів влади, освітніх закладів, громадськості.

Для формування вітчизняними промисловими підприємствами ефективних субконтрактних відносин з сучасною маркетинговою складовою, необхідно дослідити міжнародний досвід.

Критичний аналіз діяльності світових корпорацій дозволив виділити три моделі розвитку субконтрактних відносин, а саме американську, японську, європейську (змішану) модель та основні риси, які їх характеризують (табл.1).

Одним з інструментів структурування маркетингової інформації та поліпшення роботи з різноманітними суб'єктами ринку є класифікація.



## Порівняльна характеристика моделей субконтрактації

Ознака порівняння	Американська модель	Японська модель	Європейська модель
Критерії вибору виконавця замовлення	Ціна, термін виконання замовлення, гнучкість договірних відносин	Якість, надійність партнерів, рівень ноу-хау	Якість, термін виконання замовлення
Тривалість відносин між партнерами по кооперації	Короткострокові відносини в рамках одного певного замовлення	Довгострокові довірчі відносини	Відносно короткочасні стосунки в рамках конкретних проектів (довгострокові – при наявності специфічних активів)
Структура побудови відносин	Горизонтальна структура – один великий контрактор і коло малих підприємств-субконтракторів, що виконують кінцеві виробничі операції	Ієрархічна система (піраміда): контрактор – два або три рівні фірм-субконтракторів	Багатовимірна матрична модель (комбіновані схеми)

Джерело: розроблено автором

Авторами досліджено сучасні наукові класифікації та класифікаційні ознаки субконтрактації. Основні з них зображено на Рис. 1.

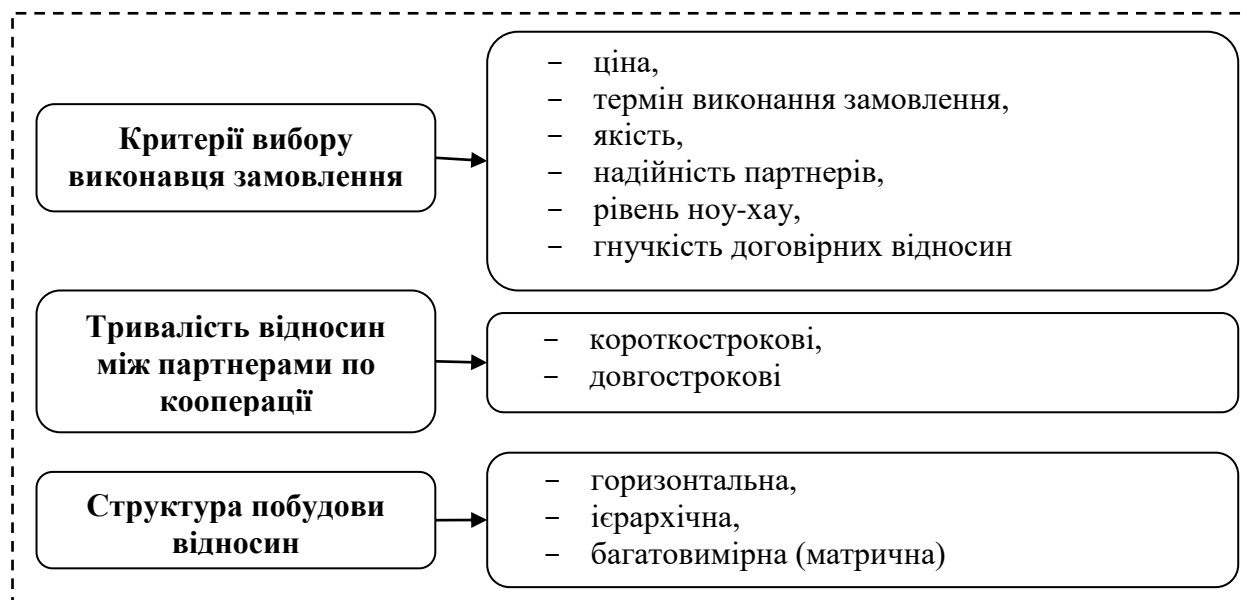


Рис. 1. Класифікаційні ознаки субконтрактації

Джерело: розроблено автором

Аналіз даних класифікацій допоміг виділити новий клас ознак, які в зв'язку з бурхливим розвитком економіки в бік цифровізації, застосуванням новітніх технологій виробництва та впровадженням інноваційних форм ведення бізнесу, трансформуються та набувають сучасних характеристик. В зв'язку з новими викликами запропоновано внести наступну додаткову

класифікаційну ознаку – «використання учасниками субконтрактації інформаційних технологій» (Рис. 2).

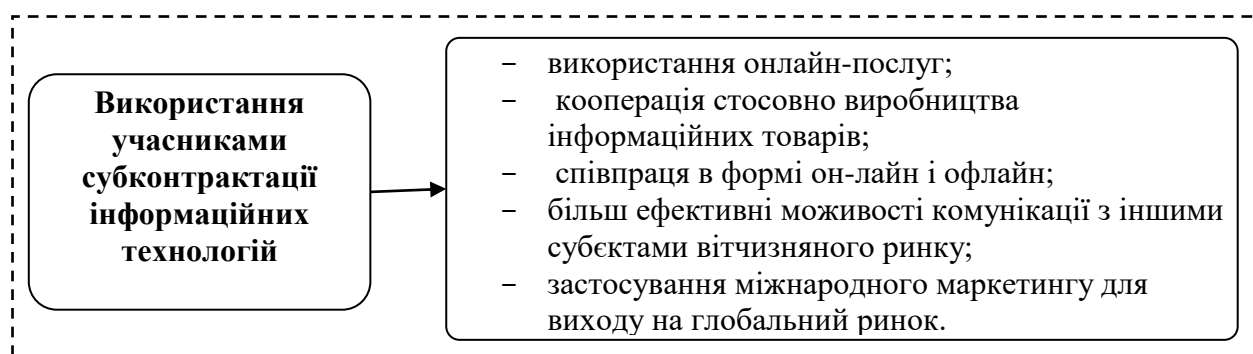


Рис. 2. Класифікаційна ознака «використання учасниками субконтрактації інформаційних технологій» (запропонована автором)

*Джерело: розроблено автором*

Дана класифікаційна ознака передбачає наступні можливості для підприємств-учасників класу, який запропоновано

- використання онлайн-послуг: можливість підприємств-учасників субконтрактації використовувати послуги підприємств, які надаються онлайн (онлайн дослідження, онлайн консалтинг, онлайн просування);
- кооперація стосовно виробництва інформаційних товарів: для товарів, які є інформаційними, інтернет-технології дозволяють здійснювати виробництво, логістику товарів та послуг онлайн через Інтернет та Інтранет, оформлення замовлення; отримання оплати та відправка товару;
- співпраця у формі онлайн і офлайн: можливість створення варіантів використання субконтрактації підприємствами, які діють як в режимі цифрової, так і реальної економіки;
- більш ефективні комунікації з іншими суб'єктами вітчизняного ринку: отримання оперативної інформації про потенційні ринки збуту, конкурентів, стейкхолдерів, тенденції розвитку ринків; забезпечення комфортних умов здійснення бізнесу .
- застосування міжнародного маркетингу для виходу на глобальний ринок: використання інформаційних технологій дозволяє підприємствам – учасникам кооперації, виходити на міжнародні ринки з економією на транспортних затратах та організації місць збуту товарів.

Українська економіка стає на шлях до цифрової економіки згідно з розпорядженням КМУ від 17.01.2018 р. № 67-р «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації». Важливим питанням є визначення економічної ефективності інноваційних форм кооперації, якою є субконтрактація. Було виявлено недостатньо методик розрахунку ефективності від впровадження субконтрактації та її маркетингової складової. Б. А. Анікін, Т. В. Дашкевич, І. Д. Котлярова, М. А. Маренний, Т. Л. Міщенко, І. Л. Руда та ін., в своїх працях звертають увагу на те, що завдяки використанню різноманітних форм кооперації можливо досягти

економічної ефективності функціонування у вигляді синергетичного ефекту, працюючи на єдиний результат. Однак аналіз існуючих методик показав, що маркетингову складову функціонування субконтрактації в сучасних ринкових умовах автори не враховують. Міжнародний досвід показує, що субконтрактація функціонує ефективно тільки як мережева структура, а тому їй необхідна відповідна інфраструктурна підтримка в нових умовах ринку.

У другому розділі «**Потенціал субконтрактації на промисловому ринку України**» проведено дослідження сучасного стану розвитку різномасштабних промислових підприємств України; за допомогою кластерного аналізу та картографічного методу визначено скупчення промислових підприємств, в яких можливо впровадити субконтрактацію; виокремлено м. Одеса, яка має потенціал для організації субконтрактації.

Для підтвердження доцільності застосування субконтрактації в Україні проведено аналіз економічних показників щодо діяльності різномасштабних промислових підприємств в цілому по Україні за 2013-2017 рр. (табл. 2):

Таблиця 2

Показники розвитку промислових підприємств за розмірами у 2013-2017 рр.

Роки	Усього	Кількість суб'єктів господарювання залежно від розміру за 2013–2017 роки (одиниць)			
		великі	середні	малі	з них мікро-підприємства
2013	49130	382	5569	43179	32582
2014	42187	289	4791	37107	28263
2015	42564	233	4691	37640	29015
2016	38555	208	4652	33695	25024
2017	42333	210	4707	37416	28352
		Кількість зайнятих працівників на промислових підприємствах за розмірами в період 2013-2017 рр.(тис. осіб)			
2013	7406,5	2383,7	3012,1	2010,7	795,3
2014	6298,5	1915,1	2696,5	1686,9	723,5
2015	5889,7	1708,6	2604,7	1576,4	691,4
2016	5801,1	1586,6	2622,8	1591,7	642,7
2017	5771,4	1558,6	2561,8	1651,0	713,1
		Обсяги реалізованої продукції (товарів, послуг) промислових підприємств України (млн. грн)			
2013	1473091,5	934135,1	461843,4	77113,0	17254,8
2014	1546614,9	932940,4	531514,0	82160,5	17153,0
2015	1887535,4	1078293,2	691101,4	118140,8	26864,7
2016	2305695,9	1232221,0	921066,3	152408,6	33211,1
2017	2768312,8	1513988,1	1064668,0	189656,7	43590,1

*Джерело: складено автором за матеріалами Державної служби статистики України за 2013-2017 рр.*

Аналіз показує, що у 2017 році великі компанії становлять 0,5 % від загального числа промислових підприємств в Україні, тоді як малі є

найбільшою за чисельністю категорією підприємств – у середньому 88,5 % усіх суб'єктів господарської діяльності. Починаючи з 2014 року, під впливом геополітичних факторів в Україні, які суттєво відобразились на стані економіки, відбулось зниження загальної кількості підприємств на 16,45%. Найбільший спад спостерігався в 2016 році, однак в 2017 році ситуація покращилась і кількість підприємств знову зросла на 9,8 %.

Обсяги реалізованої продукції в грошовому виразі з кожним роком зростають, однак це не вказує на нарощування виробництва, а пов'язано з інфляційними процесами.

Загальна кількість зайнятих працівників на промислових підприємствах України в 2017 році склала 5771,4 тис. осіб, з них найбільше зайнятих на середніх за розмірами підприємствах.

Оскільки машинобудування є одним з «локомотивів» промисловості будь-якої країни, та однією з найперспективніших галузей, в якій застосовують субконтрактацію, розглянуто обсяги реалізованої продукції в структурі промисловості за 2012-2017 рр. (табл. 3.):

Таблиця 3.

Обсяг реалізованої промислової та машинобудівної продукції в Україні у 2012-2017 рр.

Роки	Промисловість		Машинобудування		
	Обсяг реалізованої продукції, млн. грн	Фінансовий результат (сальдо), тис. грн	Обсяг реалізованої продукції, млн. грн	% в структурі промислов.	Фінансовий результат (сальдо), тис. грн
2012	1367925,5	-1144544,4	140539,3	10,3	93725,9
2013	1322408,4	-1624337,6	113926,6	8,6	45817,3
2014	1428839,1	-7850963,3	101924,7	7,1	31199,9
2015	1776603,7	- 4688853,5	115261,7	6,5	179481,7
2016	2158030,0	- 3544683,3	131351,8	6,1	200869,5
2017	2768312,8	-1905212,8	-	-	258449,1

*Джерело: складено автором за матеріалами Державної служби статистики України за 2013-2017 рр.*

Спостерігається негативна тенденція до зменшення частки машинобудування з 10,3% в 2012 році до 6,1% в 2016 р. Виникає проблема відродження позитивних тенденцій в розвитку машинобудівної галузі на новій технологічній основі та використання цифрових технологій.

Для виявлення промислово розвинених регіонів, які мають скупчення підприємств та найбільший потенціал для розвитку субконтрактації, проведено структурування на основі комплексу показників економічного розвитку різномасштабних промислових підприємств 24 областей України (всього 42333 промислових підприємств). Для обробки даних був використаний програмний пакет IBM SPSS Statistics та картографічний метод (Рис. 3).



Глибинний аналіз результатів об'єднаної кластеризації за комплексом основних економічних показників дозволив виділити 3 кластери промислових підприємств: «Промислові гіганти», «Міцні позиціонери», «Малюки». Кожний кластер характеризується специфічною структурою підприємств за розмірами та видами діяльності, які впливають на особливості субконтрактаційних відносин.

Оскільки в основі субконтрактації лежить транспортна складова, яка має тенденцію до зниження за рахунок локалізації зусиль в скупченнях підприємств в промислово розвинених осередках, було досліджено, за допомогою картографічного методу, просторова характеристика отриманих кластерів (Рис. 4). Враховуючи, що великих підприємств в структурі промисловості по областях України дуже мало, тому їх практично не відображено на карті.

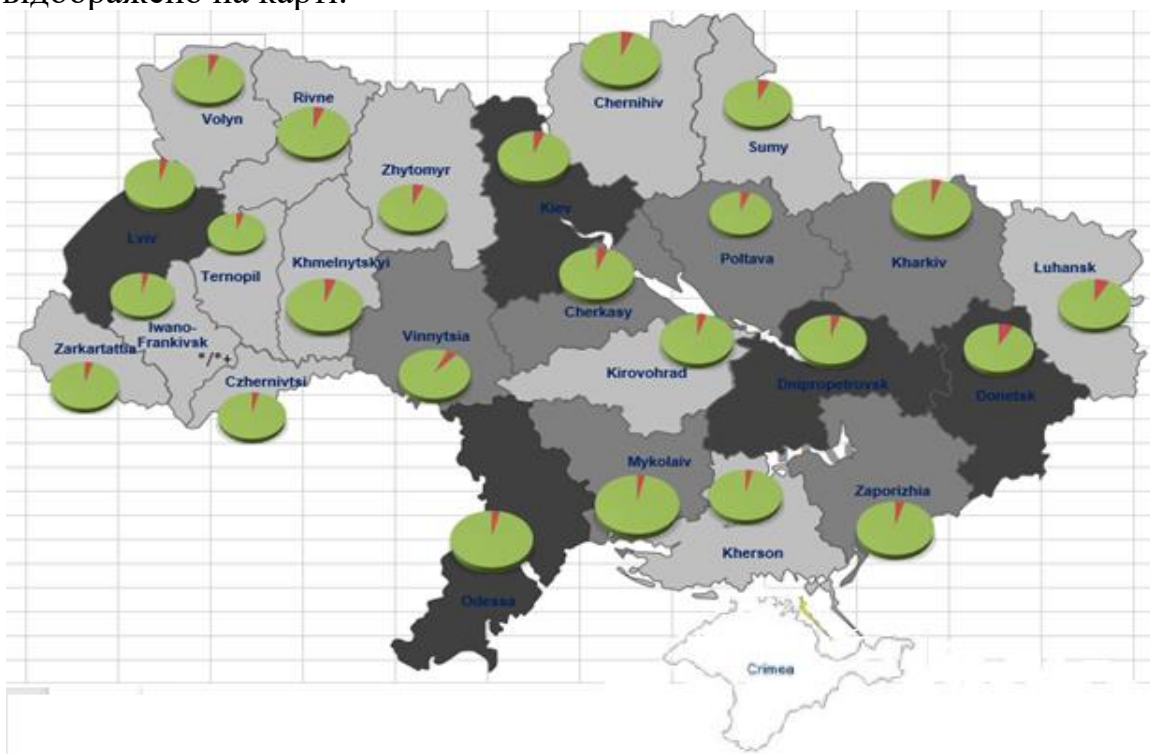


Рис. 4. Просторова характеристика кластерів України

Регіони, які вийшли в кластери:	Структура підприємств в регіонах
Промислові гіганти	Малі підприємства
Міцні позиціонери	Середні підприємства
Малюки	Великі підприємства

*Джерело: складено автором*

Оскільки Одеська область входить до кластеру «Промислові гіганти» – найбільш промислово-розвинених регіонів України, у роботі проведено ґрунтовне дослідження промисловості даної області та машинобудівної галузі.

Приморське положення та наявність потужних портів зумовили розвиток галузей, що обслуговують морський транспорт, портове господарство, судноремонт, виробництво контейнерів, канатів, а також

переробку риби і морепродуктів. Як видно на Рис. 5, основними галузями, які формують структуру промислового виробництва області, є харчова промисловість, машинобудування, хімічна та нафтохімічна промисловість.

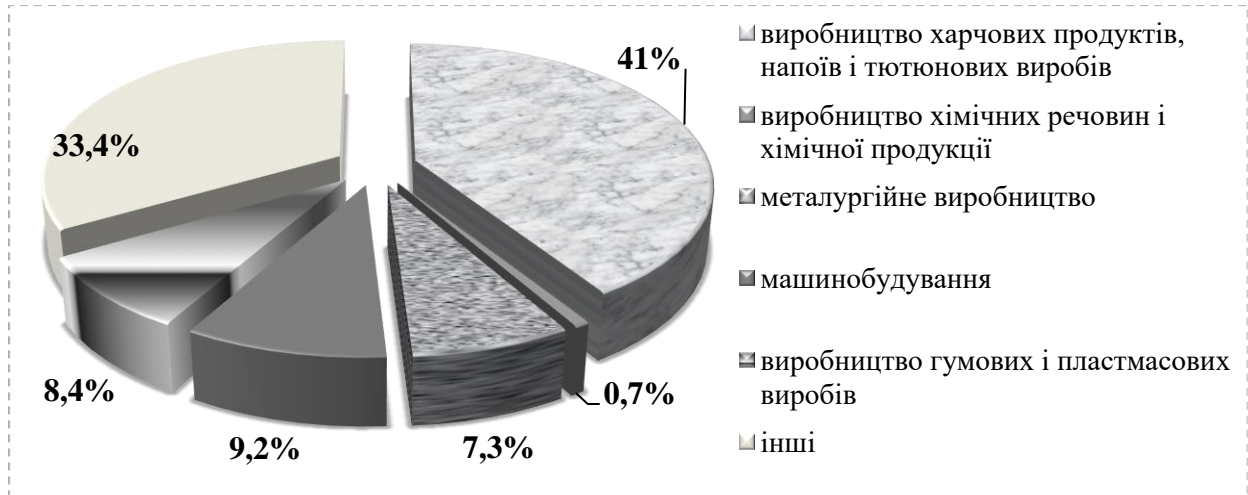


Рис. 5. Структура промисловості Одеської області у 2017 р.

Джерело: складено автором за матеріалами Головного управління статистики в Одеській області за 2017 рік

З розвиненою науково-технічною базою м. Одеси пов'язаний розвиток технологічних і наукоємних галузей машинобудування, верстатостроювання, радіоелектроніки, засобів зв'язку та ін. Аналіз економічних показників розвитку промисловості міста, та галузі машинобудування вказує на доцільність організації субконтракційних відносин та інфраструктурного центру в м. Одеса, який би дозволив підвищити ефективність функціонування промислових підприємств, оскільки місто є локальним територіально-виробничим комплексом, сучасним транспортно-логістичним вузлом.

В третьому розділі «Розробка методичних основ та гіпотез щодо вдосконалення маркетингової функції субконтракції та її інфраструктурної підтримки» запропоновано авторські гіпотези щодо можливих варіантів організації субконтракції в м. Одеса та організацій щодо її інфраструктурної підтримки, удосконалено методичні основи щодо визначення економічного ефекту від застосування субконтракції на конкретному підприємстві.

Аналіз міжнародного досвіду показав, що розвиток субконтракції та її інфраструктуру забезпечують спеціалізовані інфраструктурні об'єднання, а саме Центри субконтракції – організації, що сприяють зв'язку між різномасштабними підприємствами і формують інфраструктуру промисловості на міжрегіональному, регіональному чи локальному ринках, та забезпечують весь спектр послуг для бізнес-супроводження (маркетинг, консалтинг, страхування та ін.).

Одержувана Центром субконтракції інформація обробляється, систематизується, уточнюється і вноситься в базу даних з докладним описом

виробничих можливостей малих і великих підприємств (виробничі потужності, спеціалізація, технічні характеристики і специфікації верстатів і обладнання, якість продукції та обсяг вільних потужностей, які можуть бути задіяні для виконання субконтрактних робіт і ін.).

Існують різноманітні підходи щодо утворення спеціалізованих центрів організації субконтрактації. Враховуючи сучасні ринкові умови розвитку України запропоновано дві гіпотези щодо створення Центру субконтрактації – за підтримки будь-якої некомерційної організації, об'єднання, яке зацікавлене в розвитку підприємництва. та міжнародних інвестицій (грантових програм).

В обох випадках пропонується наступна організаційна структура Центру субконтрактації, яка зображена на Рис. 6:

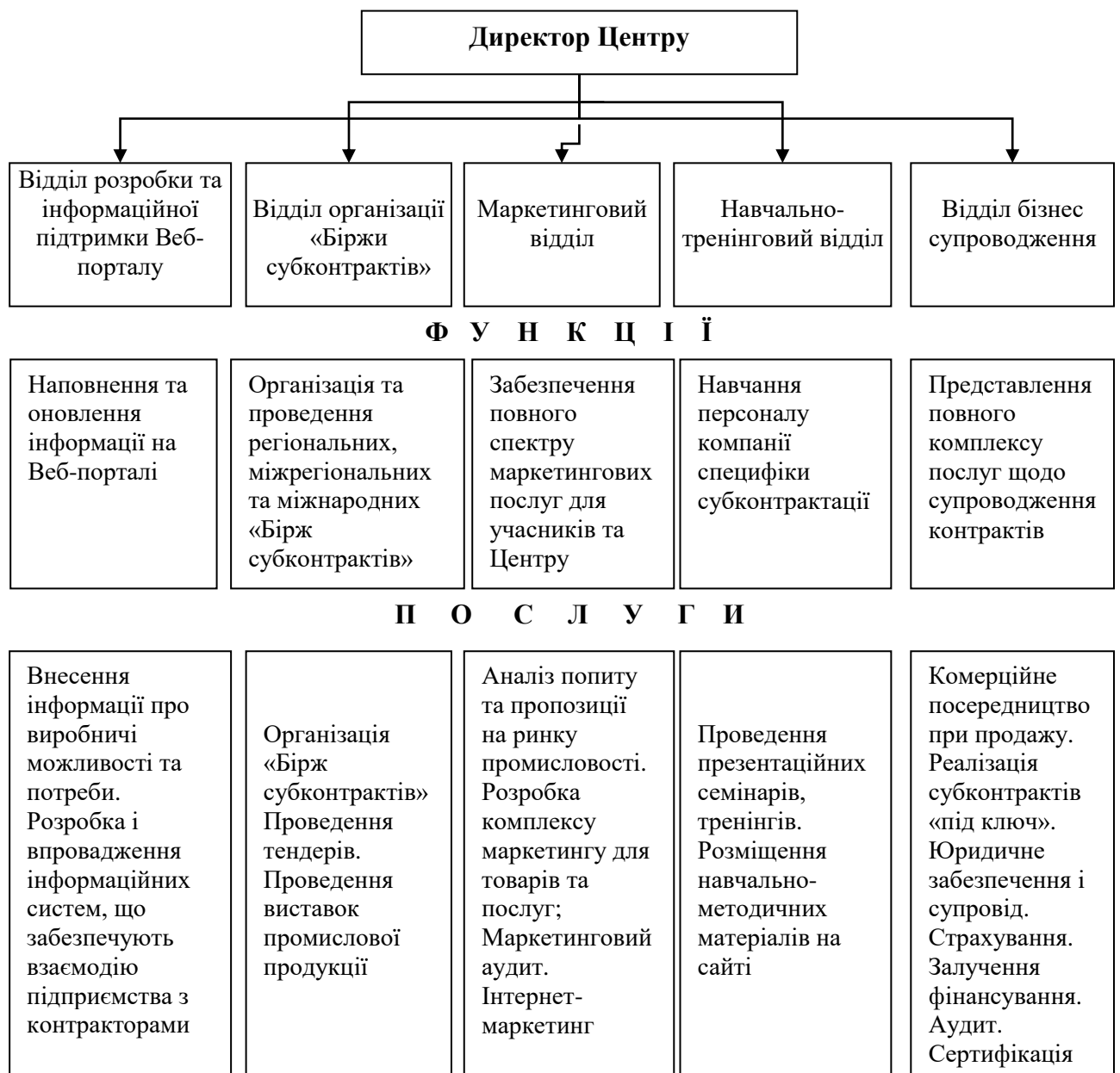


Рис. 6. Запропонована організаційна структура Центру субконтрактації

*Джерело: складено автором*



Перша гіпотеза має на меті створення Центру субконтрактації, ініціатором та засновником якої є Український союз промисловців та підприємців. Український союз промисловців і підприємців – це найбільше в країні об'єднання організацій ділових кіл та суб'єктів економічної діяльності усіх форм і видів – від великих вертикально інтегрованих корпорацій до малого й середнього бізнесу. Юридично УСПП має право на комерційну діяльність та створення Центру субконтрактації відповідно до Статуту (стаття 14).

Друга гіпотеза щодо фінансування Центру субконтрактації, передбачає участь міжнародних інвестицій. Крім традиційних способів залучення додаткового капіталу існує ряд альтернативних варіантів, а саме міжнародні програми, гранти, венчурне інвестування та ін. Фінансування в рамках міжнародних програм, як правило, має форму співпраці держави з міжнародними фінансовими організаціями, націлену на реалізацію певних реформ в торгово-економічній сфері. Досить часто до їх проведення та імплементації залучаються компанії з приватного сектору. Основною перевагою даного виду фінансування для бізнесу є великі обсяги, низькі процентні ставки або ж інші пільгові умови отримання.

Фінансування Центру субконтрактації можливе за рахунок наступних джерел:

- кошти, надані організацією – засновником;
- кошти (фіксований %) від укладених договорів;
- членські внески від нових учасників;
- кошти від надання додаткових послуг: проведення виставок, консультування, страхування, юридичний супровід, маркетинговий аудит.

Запропоновано удосконалити методичні основи визначення економічного ефекту та економічної ефективності від впровадження субконтрактації для підприємств учасників Центру субконтрактації, які враховують маркетингову складову.

$$E_{ef} = \Delta \text{Дохід (виручка)} - Z_{\text{субк}} - \Delta MЗ - \Delta R, \quad E_{ef} \geq 0, \quad (1)$$

де  $E_{ef}$  – економічний ефект від впровадження запропонованого заходу,  
 $\Delta \text{Дохід}$  ( $D_1 - D_0$ ) – різниця в сумі грошей, що надійшла на рахунок підприємства за реалізовану продукцію (виконані роботи, надані послуги) до та після входження до Центру субконтрактації,

$Z_{\text{субк}}$  – затрати пов'язані зі входом до Центру субконтрактації та % від укладеного договору,

$\Delta MЗ$  ( $MЗ_1 - MЗ_0$ ) – різниця в маркетингових затратах, які витрачаються підприємством до та після входження в Центр субконтрактації,

$\Delta R$  ( $R_1 - R_0$ ) – різниця між ризиками, які несе підприємство до входження в Центр та після (середній % в галузі). Слід звернути увагу, що ризики при входженні в Центр зводяться до мінімуму.

Розрахунок економічної ефективності від застосування субконтрактації для кожного окремого підприємства-учасника у вигляді формули можна зобразити наступним чином:

$$E_{\text{субк}} = \frac{\sum P_1 Q_1 - \sum P_0 Q_0}{\sum M_1 - \sum M_0} - \Delta R, \quad (2)$$

де  $E_{\text{субк}}$  – економічна ефективність від застосування субконтрактації для кожного окремого підприємства-учасника

$P_0 Q_0$  – виручка від реалізації до входження в Центр субконтрактації,

$P_1 Q_1$  – виручка від реалізації після входження до Центру субконтрактації,

$M_0$  – маркетингові затрати, які витрачаються підприємством до входження в Центр субконтрактації

$M_1$  – маркетингові затрати, які витрачаються підприємством після входження в Центр субконтрактації,

$\Delta R$  – різниця між ризиками, які несе підприємство до входження в Центр та після. Слід звернути увагу, що ризики при входженні в Центр зводяться до мінімуму.

Проведені розрахунки від застосування субконтрактації підприємством ТОВ «Телекарт-Прилад» щодо постачання комплектуючих для ТОВ «Завод Євроформат», з урахуванням ризиків, витрат на вступ до Центру та економії на маркетингових затратах, показали їх економічний ефект, який складе 111675 грн. Розрахунок здійснювався для окремих видів продукції та в рамках одного укладеного договору.

Запропонована гіпотеза щодо залучення організацій різних форм та міжнародних інвестицій до створення та фінансування Центру субконтрактації, ідея та методика реалізації проекту, передбачуваний економічний ефект є аргументованими.

## ВИСНОВКИ

1. Проведено дослідження сучасних уявлень стосовно суті поняття «субконтрактація». Виявлено, що тлумачення терміну, яке існує сьогодні, потребує удосконалення. Зміна основних тенденцій розвитку промислової кооперації, а з появою інформаційно-комунікативних технологій її нової форми «субконтрактації», в умовах цифрової економіки проходять глибоку суттєву трансформацію.

2. Аналіз досвіду зарубіжних країн дозволив виділити класифікаційні ознаки субконтрактних відносин прийнятих в сучасних класифікаціях. Але вимоги, які стосуються ефективної субконтрактної діяльності, вимагають застосування цифрових технологій в співпраці промислових підприємств. Тому необхідно визначення нових класифікаційних ознак і формування класу підприємств, які готові до інноваційних форм і змін в сучасній економіці.

3. Ґрунтовні дослідження щодо методичних основ визначення економічного ефекту від впровадження субконтрактації показали відсутність маркетингової складової. Проведений аналіз дав підґрунтя для удосконалення існуючих методик, які враховують ринкові умови функціонування промислових підприємств України (витрати на маркетингові дослідження, пошук інформації та партнерів субконтрактних відносин, інтернет-маркетинг та ін.).

4. Застосування запропонованого комплексу економічних показників дозволив отримати структуру різномасштабних промислових підприємств (всього 42333 підприємства в 2017 р.) за 5 років по 24 областям для визначення можливості втілення субконтрактації в Україні.

5. На основі кластерного аналізу та картографічного методу обґрунтовано необхідність вдосконалення методики виявлення промислово розвинених регіонів, які мають скупчення підприємств та найбільший потенціал для розвитку субконтрактації.

6. На підставі дослідження стану економічного розвитку різномасштабних промислових підприємств визначено, що місто має потужний промисловий та транспортно-логістичний потенціал для впровадження субконтрактації та організації її інфраструктурної підтримки.

7. Міжнародний досвід та проведені дослідження дозволили розглянути можливості організації інфраструктурної підтримки субконтрактації, а саме запропонувати авторські гіпотези щодо створення Центру субконтрактації, які враховують маркетингову складову: 1) за підтримки некомерційних організацій; 2) використання міжнародних інвестицій.

8. Запропоновані заходи щодо варіантів організації Центру субконтрактації дозволили удосконалити методичні основи розрахунку економічного ефекту від впровадження субконтрактації для потенційного підприємства-учасника ТОВ «Телекарт-Прилад» щодо постачання комплектуючих для ліфтобудування, з урахуванням ризиків, витрат на вступ до Центру та економії на маркетингових затратах.

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

### *Розділи у колективних монографіях:*

1. Хмелярова Я. А., Литовченко І. Л. Маркетинговые исследования иностранных студентов в контексте интернационализации высшего образования // Маркетинг образовательных услуг: монографія / за ред. О.В. Прокопенко. - Rudaska : «Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium». 2016. С. 89-99 (9,77 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,5 д.а.: приведені результати маркетингових досліджень іноземних студентів; на базі аналізу даних досліджень запропоновано шляхи вдосконалення навчального процесу в рамках інтернаціоналізації освіти.*
2. Авдієнко Я. А., Сотніков Ю. М. Розділ 2.5. Міжрегіональні Центри кон'юнктурних досліджень та просування інноваційної продукції на зовнішні та внутрішні ринки – як сучасні інституціональні одиниці у просуванні

наукових розробок українських розробників і виробників на експорт. Розділ 2.6. Рекомендації зі створення центрів комерціалізації технологій // Кон'юнктурний супровід інноваційної продукції та послуг: монографія / за заг. ред. В. А. Карпова. Одеса: ОНЕУ, 2018. С. 134-142 (1,2 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,6 д.а.: проведено аналіз функціонування Центрів кон'юнктурних досліджень та запропоновано рекомендації щодо організаційної структури створення даного типу центрів, обґрунтовано функції відділів.*

**Статті у наукових фахових виданнях і виданнях, внесених до наукометричних баз даних:**

3. Хмелярова Я. А. Дослідження поняття "субконтрактація" як сучасної форми виробничої кооперації // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2015. № 11(3). С.75-79. *Index Copernicus, НБУ ім. В.І. Вернадського,*) (0,54 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,27 д.а.: . (Index Copernicus, НБУ ім. В.І. Вернадського,) (0,54 д.а.). Особистий внесок здобувача 0,27 д.а.: розглянуто основні підходи щодо визначення поняття «субконтрактація», показано відмінні риси від інших форм кооперації, аргументовано переваги та недоліки застосування субконтрактації для підприємств.*
4. Хмелярова Я. А., Литовченко І. Л. Субконтрактація как современная форма промышленной кооперации // Науковий вісник УжНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Том 10 (2). С.6-12. *(Index Copernicus, НБУ ім. В.І. Вернадського)* (0,8 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,4 д.а.: запропоновано власне визначення поняття «субконтрактація, в результаті аналізу міжнародного досвіду виділено три моделі субконтрактації, обґрунтовано визначення економічної ефективності від застосування субконтрактації.*
5. Хмелярова Я. А., Литовченко І. Л. Экономическая эффективность применения субконтрактации в производственной кооперации // Економічні студії. 2016. № 5. С. 169-175. *(Наукова Електронна Бібліотека (РІНЦ), Index Copernicus.)* (0,6 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,3 д.а.: проведено аналіз існуючих методик визначення економічної ефективності застосування промислової кооперації, запропоновано спроектувати їх на субконтрактацію.*
6. Авдієнко Я. А. Зінковська Д. В. Імплементация в систему субконтрактных відносин аналітично-маркетингової складової // Бізнес-навігатор 2018. № 2-1 (45). С.100-106 *(Index Copernicus, НБУ ім. В.І. Вернадського)* (0,56 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,28 д. а.: розглянуто поняття «інформаційна система субконтрактації», зміст та функції кожної складової, визначено маркетингову складову в забезпеченні функціонування Центрів субконтрактації.*
7. Авдієнко Я. А. Підтримка субконтрактації в Україні за допомогою міжнародних інвестицій // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Серія: Науки: економіка, політологія, історія.

2018. № 4 (256). С. 13-30. (*Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського, Наукова електронна бібліотека eLIBRARY.ru., Google Scholar, Польська наукова бібліографія, Social Science Open Access Repository, Всеросійська база повнотекстових наукових публікацій «Порталус»*) (0,5 д.а.).

8. Авдієнко Я. А. Центр субконтрактації як елемент інфраструктури промислового ринку України // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць; за ред.: М. І. Зверькова (гол. ред.) та ін. (ISSN 2313-4569). Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 2 (66). С. 46-54. (*Index Copernicus, Google Scholar, Research Papers in Economics (RePec), Ulrichsweb Global Serials Directory та інших*) (0,71 д.а.)

9. Авдієнко Я. А. Можливості використання субконтрактації на промислових підприємствах в сучасних умовах // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Серія: Науки: економіка, політологія, історія. 2018. № 5 (257). С. 13-28. (*Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського, Наукова електронна бібліотека eLIBRARY.ru., Google Scholar, Польська наукова бібліографія, Social Science Open Access Repository, Всеросійська база повнотекстових наукових публікацій «Порталус»*) (0,5 д.а.)

10. Авдієнко Я. А., Сотніков Ю. М. Критерії включення промислового підприємства в систему субконтрактних відносин // Міжнародний науковий журнал "Науковий огляд". 2018. Т. 2. №. 45. С. 38-52. (*CORE, "PIHC SCIENCE INDEX", OpenAir Європейська база даних, ResearchBib, Bielefeld Academic Search Engine (BASE), Directory Indexing of International Research Journals, Ulrich's Periodicals Directory, WorldCat, Directory of Research Journals Indexing, Polish Scholarly Bibliography (PBN), Open Academic Journals Index (OAJI), Scientific Indexing Services (SIS), Google Scholar*) (0,6 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,3 д.а.: розкрито сутність поняття «Центр субконтрактації», його функціональне забезпечення, запропоновано систему економічних показників, на основі яких можна відбирати потенційних учасників субконтрактних відносин.*

**Статті у наукових виданнях інших держав та у виданнях України, які включені до міжнародних наукометричних баз даних:**

11. Хмелярова Я. А., Литовченко І. Л. Субконтрактація: міжнародний опыт применения. «Scientific-Researches». 2016. №5 (5). С. 85 – 92 (*Index Copernicus, Scientific Indexing Services (SIS), ResearchBib, The Global Impact Factor (GIF), Open Academic Journals Index (OAJI), International Impact Factor Services та інших*) (0,63). *Особистий внесок здобувача – 0,3 д. а.: проведено аналіз міжнародного досвіду застосування субконтрактації, виділено основні відмінності між трьома моделями субконтрактних відносин, запропоновано використати існуючий досвід функціонування субконтрактації в промислово розвинених країнах для визначення власного вектору організації в Україні.*

**Матеріали міжнародних та всеукраїнських наукових конференцій:**

12. Хмелярова Я. А. Субконтрактація – нова форма кооперації промислових підприємств // Актуальні проблеми розвитку економіки в контексті глобальних викликів: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. присвяченої 45-річчю факультету міжнародної економіки (м. Одеса, 19-20 вересня 2013 р.). Одеса: «Атлант», 2013. С. 207 – 209 (0,13 д.а.).
13. Хмелярова Я. А. Субконтрактація як сучасна форма взаємодії промислових підприємств України // Маркетинг в Україні: матеріали XIV Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 12-13 грудня 2014 р.). Київ: ВГО «Українська асоціація маркетингу», 2014. С. 58 – 59 (0,07 д.а.).
14. Хмелярова Я. А. Застосування субконтрактних відносин в сучасних умовах // Економіка, менеджмент та аудит: сучасні проблеми та напрямки розвитку: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 29-30 травня 2015 р.). Львів: ЛЕФ, 2015. С. 116-118 (0,17 д.а.).
15. Хмелярова Я. А. Міжнародний досвід застосування виробничої кооперації (субконтрактації) // Стратегії інноваційного розвитку економіки: бізнес, наука, освіта (Sides 2015): матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Харків, 29 вересня-2 жовтня 2015 р.). Харків: НТУ «ХП», 2015. С.257 – 259 (0,13 д.а.).
16. Хмелярова Я. А. Международный опыт применения субконтрактных отношений (на примере Японии) // International Scientific-Practical Conference Modern Transformation of Economics and Management in the Era of Globalization: Conference Proceedings (Klaipeda , January 29, 2016). Klaipeda: Baltija Publishing; Klaipeda University, Lithuania. С. 192-195 (0,2 д.а.).
17. Хмелярова Я. А. Центр субконтрактації як дієвий механізм розвитку підприємництва // Напрями розвитку ринкової економіки на засадах конкурентоспроможності, інноваційності та сталості: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 11 листопада 2017 р.). Запоріжжя: Запорізька державна інженерна академія, 2017. С.147 – 149 (0,17 д.а.).

**АНОТАЦІЯ**

**Авдієнко Я. А. Субконтрактація як форма маркетингової діяльності промислових підприємств. – На правах рукопису.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04. – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2018.

Дисертаційну роботу присвячено вирішенню наукового завдання розроблення теоретичних і методичних засад застосування субконтрактації в сучасних умовах розвитку економіки. Удосконалено поняття «субконтрактація», яке, в порівнянні з попередніми тлумаченнями, враховує зміни ринку в умовах цифрової економіки та базується на інформаційно-комунікаційних технологіях. Розвинуто класифікаційні ознаки субконтрактних відносин прийнятих в сучасних міжнародних бізнес-

моделях, які включили додаткову ознаку – «використання учасниками субконтрактації інформаційних технологій».

На основі комплексу економічних показників, використовуючи кластерний аналіз і картографічний метод, запропонована методика вибору промислових регіонів, в яких є потенціал для формування субконтрактаційних відносин між промисловими підприємствами.

З урахуванням промислового потенціалу міста висунуті і обґрунтовані гіпотези створення Центру субконтрактації як інфраструктурної організації з надання маркетингових послуг. Запропоновано методичні основи визначення економічного ефекту від впровадження субконтрактації для підприємств-учасників Центру, які раніше не враховували витрати на маркетинг.

**Ключові слова:** кооперація, субконтрактація, маркетинг, інформаційні комунікаційні технології, цифрова економіка.

### АННОТАЦІЯ

**Авдиенко Я. А. Субконтрактация как форма маркетинговой деятельности промышленных предприятий. - На правах рукописи.**

Диссертация на соискание научной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04. – экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). – Одесский национальный экономический университет. – Одесса, 2018.

Диссертационная работа посвящена решению научной задачи разработки теоретических и методических основ применения субконтрактации в современных условиях развития экономики. Усовершенствовано понятие «субконтрактация», которое, по сравнению с предыдущими толкованиями, учитывает изменения рынка в условиях цифровой экономики и базируется на информационно-коммуникационных технологиях. Исследованы классификационные признаки субконтрактных отношений принятых в современных международных бизнес-моделях, предложен дополнительный признак – «использование участниками субконтрактации информационных технологий».

На основе комплекса экономических показателей, используя кластерный анализ и картографический метод, предложена методика выбора промышленных регионов, в которых есть потенциал для формирования субконтрактационных отношений между промышленными предприятиями.

С учетом промышленного потенциала города выдвинуты и обоснованы гипотезы создания Центра субконтрактации как инфраструктурной организации по предоставлению маркетинговых услуг. Предложены методические основы определения экономического эффекта от внедрения субконтрактации для предприятий-участников Центра, которые ранее не учитывали затраты на маркетинг.

**Ключевые слова:** кооперація, субконтрактація, маркетинг, інформаційні комунікаційні технології, цифрова економіка.

## SUMMARY

### **Avdiyenko Ya. A. Subcontracting as a form of industrial enterprises marketing activity. - On the rights of the manuscript.**

Thesis for a Candidate Degree in Economics by specialty 08.00.04. – economics and management of enterprises (according to the types of economic activities). – Odessa national economic university. – Odessa, 2018.

The dissertation is devoted to solving the scientific problem of elaboration theoretical and methodical principles of subcontracting in modern conditions of economic development. The urgency of innovative forms application FOR management of industrial enterprises in the conditions of globalization, economic crisis and competition growth on local and international markets is substantiated. A competitive analysis of the production cooperation main forms was carried out, the role of subcontracting and the necessity of its adaptation in modern market conditions was identified. Among the authors there is no unanimity about the essence of the "subcontracting" concept in the modern economy, the algorithm for calculating economic efficiency from the implementation of this industrial cooperation method is not sufficiently elucidated, and also there are no developments regarding the marketing component that becomes one of the main in the current market in the infrastructure provision of subcontract relationships. The concept of "subcontracting" has been improved, in comparison with previous interpretations, this definition takes into account market changes in the digital economy and is based on information and communication technologies. A chain of preferences for a subcontractor and contractor who applies a subcontract is represented. The world experience of subcontracting relations in the countries of Europe, America and Japan is analyzed, the future own vector of subcontracting development for Ukrainian business are defined due to modern classifications and classification marks. Classification features of subcontracting relations adopted BY modern international business models are developed, an additional feature - "USING of information technologies by subcontracting participants " is included. Thanks to international experience in the implementation of subcontracting, the establishment of links between different companies, the use of scientific and technological progress and new communication opportunities, there is a chance to restore the potential of enterprises on a new technological basis and ensure the transition to the release of modern competitive products.

To confirm the appropriateness of subcontracting in Ukraine, the authors analyzed the economic indicators of the various industrial enterprises activities in Ukraine in general for 2013-2017. The problem of reviving positive tendencies in the development of the machine-building industry on a new technological basis and using digital technologies IS arisen. To identify industrialized regions with accumulation of enterprises and the greatest potential for the development of subcontracting relations, large-scale industrial enterprises in 24 regions of Ukraine were structured on the basis of a socio-economic development indicators set. The method of selecting industrial regions based on a group of economic indicators is proposed, cluster analysis and cartographic method, which has the potential for forming subcontracting relations between industrial enterprises are applied. The



in-depth analysis of the combined clustering results on the base of socio-economic indicators the allocation of 3 clusters of industrial enterprises that could become potential participants in subcontracting relations with the corresponding economic potential are allowed: "industrial giants", "strong positioners", "kids". Each cluster is characterized by a specific structure of enterprises in size and reflects the features of the subcontracting functioning. As the Odessa region is included in the cluster of most industrialized regions of Ukraine, it is expedient to organize an infrastructure unit that would allow improvement the efficiency of the industrial enterprises activity.

The methods, principles and possibilities of subcontracting centers financing with the help of international investors are described. A summary of the possible international investors of the Subcontracting Centers is presented.

The hypotheses concerning creation of possible variants of the Center of subcontracting as an infrastructure unit, taking into account the industrial potential of the city are put forward.

The theoretical and methodological foundations of Subcontracting Center organization, the organizational structure, the principle and the scheme of its work are proposed. The basics of the Center for subcontracting within the framework of the grant programs implementation supporting the development of entrepreneurship in Ukraine, which are funded by the EU, are proposed. Target groups that may be interested in creating a Subcontracting Center are specified. The marketing functions necessary for the functioning of the Center are described. The synergistic effect from subcontracting is shown.

**Keywords:** cooperation, subcontracting, marketing, information communication technologies, digital economy.