

АНОТАЦІЯ

Жидков О.І. Управління інноваційним розвитком економічного потенціалу сервісних підприємств на маркетингових засадах. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. – Одеська державна академія будівництва та архітектури, Одеса, 2021.

Дисертаційне дослідження присвячене вивченню теоретико-методичних аспектів управління інноваційним розвитком економічного потенціалу сервісних підприємств на маркетингових засадах та визначенню практичних рекомендацій щодо їх удосконалення.

У вступі дисертації надане обґрунтування вибору теми дослідження, представлений зв'язок роботи із науковими програмами, планами, темами, наведені мета та задачі дослідження, наукова новизна та практичне значення, впровадження результатів роботи.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в теоретичному обґрунтуванні необхідності та визначенні сутності управління інноваційним розвитком економічного потенціалу сервісних підприємств, під яким розглядається така управлінська діяльність, яка базується на системному використанні маркетингового інструментарію, спрямовану на формування і раціональне використання, оптимізацію структури та нарощення обсягів економічного потенціалу підприємства з метою визначення та задоволення ринкових потреб споживачів, підвищення конкурентоспроможності господарюючого суб'єкту в умовах мінливого оточуючого середовища, а також забезпечення ефективності діяльності та сприяння досягненню стратегічних цілей компанії. Також новизна отриманих результатів полягає у можливості практичного впровадження пропозицій щодо удосконалення управління інноваційним розвитком економічного потенціалу сервісного підприємства на

маркетингових засадах, як передумови забезпечення гнучкості та адаптації суб'єкту господарювання до впливу оточуючого середовища та досягненню ним стратегічних цілей.

У першому розділі дисертації узагальнено результати дослідження щодо формування економічного потенціалу підприємства та його структурних елементів, методичні основи оцінювання рівня розвитку економічного потенціалу сервісного підприємства, а також визначено особливості управління інноваційним розвитком економічного потенціалу сервісного підприємства на маркетингових засадах.

Запропоновано «потенціал підприємства» визначати як стан його внутрішнього середовища, сукупність ресурсів, потужностей, інших резервів, можливостей, які створюють підґрунтя до розвитку, отримання визначених результатів, забезпечення бажаної ефективності діяльності підприємства, підвищення конкурентоспроможності й досягнення його цілей.

Економічний потенціал відображає здатності та можливості, які формуються у підприємства за наявності у певний момент часу сукупності ресурсів, виробничих потужностей, інших резервів. Такі ресурси характеризуються кількісними та якісними показниками, певним складом та структурою. Досягнення здатностей та можливостей відбувається через систему соціально-економічних відносин, які формуються всередині підприємства та за його межами.

Формування економічного потенціалу сервісного підприємства повинно відбуватися з врахуванням наявних в ньому локальних потенціалів (фінансово, маркетингового, техніко-технологічного, виробничого та інше), впливу внутрішніх та зовнішніх факторів (чинників), а також бути направленим на сприяння досягненню цілей підприємства.

Оцінка економічного потенціалу сервісного підприємства є циклічним процесом, що складається з переліку операцій. Формування системи показників пропонується проводити відповідно до визначених класифікаційних груп. На

основі результатів оцінки приймаються стратегічні рішення стосовно подальшого розвитку підприємства та його потенціалу.

Визначено, що управління економічним потенціалом підприємства є процесом прийняття і реалізації управлінських рішень, які спрямовані на раціональне використання, оптимізацію структури та нарощення обсягів економічного потенціалу підприємства. Управління інноваційним розвитком економічного потенціалу підприємства на маркетингових засадах нами розглядається як управлінська діяльність, яка базується на системному використанні маркетингового інструментарію, спрямовану на формування і раціональне використання, оптимізацію структури та нарощення обсягів економічного потенціалу підприємства з метою визначення та задоволення ринкових потреб споживачів, підвищення конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта в умовах мінливого оточуючого середовища, а також забезпечення ефективності діяльності та сприяння досягненню стратегічних цілей компанії.

У другому розділі дисертації проаналізовано сучасний стан розвитку сфери послуг в Україні, визначено чинники впливу на управління інноваційним розвитком економічного потенціалу сервісних підприємств, а також проведена оцінка управління інноваційним розвитком економічного потенціалу сервісних підприємств.

Визначено, що послуга розглядається як певна діяльність, засіб отримання блага чи благо, економічна категорія, результат економічної діяльності, сукупність відносин тощо. Для послуг характерні наступні риси: процес надання послуги передбачає наявність виконавця та замовника, в якості яких можуть виступати фізичні та юридичні особи України, так і інших держав; послуга передбачає передачу матеріальних та нематеріальних благ, певної інформації (в письмовому та/або електронному вигляді), виконання інших дій, окрім виробництва товарів; послуги мають нематеріальний характер, проте їх результат може мати матеріальний (уречевлений) вигляд.

В роботі наведено узагальнення підходів щодо класифікації послуг. Пропонується класифікацію розширити наступними ознаками: залежно від етапів виробничо-господарської діяльності – послуги в сфері постачання, підготовчі, виробничі, розподільчі, споживчі послуги; за сферою діяльності: в сферах освіти, культури, охорони здоров'я, харчування, транспортування та інші.

Визначено, що галузь оптової та роздрібної торгівлі; ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів в 2020 році забезпечила 14% від ВВП в країні і займає 1 місце за даними показником, що визначає її вагоме значення для розвитку економіки країни в цілому.

Узагальнення теоретичних досліджень науковців щодо чинників, які впливають на формування та розвиток економічного потенціалу підприємств, дозволило визначити, що до таких віднесено: політико-правовий – відображає рівень політичної стабільності та законодавчо-нормативну базу, які створюють умови для діяльності суб'єктів господарювання; інноваційно-інвестиційний – рівень державної підтримки щодо створення умов до залучення інвестицій підприємствами; фінансово-економічний – державна підтримка галузі за рахунок програм розвитку, рівень інфляції тощо; кадровий – відображає якісні та кількісні характеристики персоналу, який може розглядатися як трудовий потенціал для галузі.

З метою визначення впливу оточуючого середовища на розвиток підприємств галузі оптової та роздрібної торгівлі, ремонту автотранспортних засобів Одеської області, зокрема їх економічний потенціал, нами було використано метод PEST-аналізу. Відповідно до отриманих даних на розвиток потенціалу сервісних підприємств в найбільшій мірі впливають фактори економічного та технологічного спрямування. Маркетинговим інструментом за допомогою якого проаналізовано сильні та слабкі сторони підприємств галузі в Одеській області обрано метод SWOT-аналізу. За отриманими результатами визначено, що одними з перспективних напрямів розвитку економічного потенціалу підприємств є розвиток таких його складових як маркетинговий та

інноваційний потенціал. Передумовою розвитку інноваційного потенціалу є НТП в галузі та країні загалом. Посилення маркетингового потенціалу сприятиме формуванню комплексного підходу до реалізації маркетингових функцій, визначенню перспективних ринків збуту. Формування кадрового резерву з висококваліфікованих працівників в галузі маркетингового менеджменту і стратегічного управління та подальше їх працевлаштування забезпечить посилення економічного потенціалу підприємств, зокрема маркетингової та управлінської складових та досягненню довгострокових цілей.

Представлені результати дослідження наведених в науковій літературі методик оцінки потенціалу підприємства. Враховуючи інформаційну складову та кадрові обмеження щодо їх застосування запропоновано до використання метод вартісного розрахунку складових економічного потенціалу підприємства. Найбільш повну оцінку розміру потенціалу підприємства пропонується проводити через визначення його ринкової вартості, яка відтворює суспільну оцінку результатів і можливостей суб'єкта господарювання, а також його позиції на ринку.

У третьому розділі дисертації представлений концептуальний підхід щодо управління інноваційним розвитком економічного потенціалу сервісних підприємств на маркетингових засадах, запропоновано до впровадження інноваційні підходи для оцінювання складових економічного потенціалу сервісних підприємств, а також розроблено інноваційну програму розвитку економічного потенціалу сервісних підприємств на маркетингових засадах.

Пропонується управління інноваційним розвитком економічного потенціалу сервісного підприємства на маркетингових засадах здійснювати на основі інтеграційного підходу, який поєднуватиме в собі переваги системного щодо розгляду потенціалу підприємства як системи, яка складається з певних елементів, взаємопов'язаних між собою, ситуаційного - з точки зору врахування впливу оточуючого середовища, функціонального та процесного – щодо комплексності та послідовності дій для забезпечення результату, а також врахування сучасних тенденцій та напрямів розвитку менеджменту, зокрема в

контексті підтримки саморозвиваючих та самоорганізованих систем, в яких на перше місце виходить людський чинник – основний ресурс і генератор інноваційного розвитку.

При моніторингу впливу зовнішнього середовища в процесі управління економічним потенціалом сервісного підприємства нами пропонується використовувати TEMPLES-аналіз в поєднанні з матрицею «ймовірність посилення фактору – вплив фактору на організацію» та методом побудови профілю середовища (матричний аналіз). Аналіз мікросередовища підприємства пропонується проводити за методом оцінки конкурентних сил Портера.

В роботі представлено модель управління розвитком економічного потенціалу як поєднання двох блоків: перший пов'язаний з дослідженням зовнішнього середовища, а саме визначенням факторів, які в найбільшій мірі впливають та склад та структуру елементів економічного потенціалу підприємства; другий пов'язаний з аналізом розвитку економічного потенціалу підприємства, зокрема щодо ідентифікації окремих видів потенціалу в розрізі його структури.

Розвиток економічного потенціалу підприємств повинен сприяти формуванню стійкої ринкової позиції підприємства, здатної забезпечити його протистояння конкурентам за умови задоволення мінливих потреб споживачів. Вирішення такого завдання пов'язане з маркетинговою активністю суб'єкту господарювання, яка розглядається як складова ділової активності підприємства. Для оцінки нами пропонується використати метод аналізу ієрархій. Застосування вказаної методики дозволяє визначити не тільки рівень маркетингової активності, а й виявити слабкі місця, які необхідно враховувати при плануванні і подальшому управлінні розвитком економічного потенціалу підприємств.

В роботі розроблена та запропонована інноваційна програма розвитку економічного потенціалу сервісних підприємств на маркетингових засадах, яка схематично включає такі етапи як визначення стану та проблеми, розроблення

мети програми, формування завдань, розроблення структури програми, а також визначення очікуваних результатів та критеріїв досягнення цілей.

Ключові слова: економічний потенціал, ресурси, можливості, управління, розвиток, інновації, інвестиції, підприємства, сервіс, оцінка, методика, концепція, оточуюче середовище, аналіз.

ANNOTATION

Zhidkov O.I. Management of innovative development of economic potential of service enterprises on a marketing basis. – This qualifying scientific work on the rights of the manuscript.

The dissertation for the scientific degree of the Phd on a specialty 076 - Entrepreneurship, trade and exchange activity. - Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture, Odessa, 2021.

The dissertation research is devoted to studying theoretical and methodological aspects of management of innovative development of economic potential of service enterprises on marketing principles and determination of practical recommendations on their improvement

In the introductory parts of the dissertation were given the substantiation of the choice of this theme in the research, also is presented the connection of this work with the scientific programs, plans, themes, the given goals and tasks of the research, scientific novelty and practical significant of the work, implementation of results of the work.

The scientific novelty of the results is in theoretical substantiation of necessity and determination of the essence of management of innovative development of economic potential of service enterprises, under which such management activities are considered, which based on the systematic use of marketing tools, aimed at forming and rational use, optimizing the structure and increasing the economic potential of the enterprise with a purpose to identifying and satisfying the market needs of consumers, increasing the competitiveness of the economic entity in a changing environment, as well as ensuring the effectiveness of the activity and promoting the achievement of strategic goals of the company. The novelty of the results is the possibility of practical implementation of proposals on management of innovative development of economic potential of service enterprises through the introduction of an innovation program and taking into account the influence of the environment determined on the basis of the proposed and adapted to the sectoral peculiarities of methods of economic potential assessment and its components.

In the first section of the dissertation the results of the research on formation of economic potential of the enterprise and its structural elements, methodical bases of estimation of level of economic potential of service enterprise were summarized and defined features of management of innovative development of service enterprise on marketing basis.

It is proposed to define the « potential of the enterprise» as the state of its internal environment, the whole complex of resources, capacities, other reserves, the possibilities that create the base for development and achievement of certain results, ensuring the desired efficiency of the enterprise's activity, improving competitiveness and achieving its goals.

The economic potential of the enterprise reflects the capacities and opportunities that are formed in the enterprise at a certain time of accumulation of resources, production capacities and other reserves. Such resources are characterized by quantitative and qualitative indicators, certain composition and structure. The achievement of capacities and opportunities is achieved through a system of social and economic relations, which are formed inside and outside the enterprise.

The formation of the economic potential of the service enterprise should take into account the existing local potential (financial, marketing, technical and technological, production, etc.), the influence of internal and external factors, as well as be aimed at promoting the goals of the enterprise.

The estimation of the economic potential of the service enterprise is a cycle process consisting of a list of operations. The formation of the system of indicators is proposed to be carried out in accordance with the defined classification groups. Based on the results of the assessment, strategic decisions regarding further development of the enterprise and its potential are made.

It has been determined that the management of an enterprise's economic potential is a process of making and implementing management decisions aimed at rational use, optimization of the structure and increasing the volume of the enterprise's economic potential. Management of the innovative development of the enterprise's economic potential on marketing basis is considered as management

activity based on the systemic use of marketing tools, aimed at formation and rational use, optimization of structure and growth of volumes of economic potential of the enterprise with the purpose of definition and satisfaction of market needs of consumers, increase of competitiveness of economic entity in the conditions of changing environment, as well as ensuring efficiency of activity and promotion of achievement of strategic goals of the company.

In the second section of the dissertation were analyzed the current state of development of the service sector in Ukraine, and identifies the factors influencing the management of the innovative development of the economic potential of service enterprises, and also the estimation of management of innovative development of economic potential of service enterprises was carried out.

It is determined that the service is considered as a certain activity, the way of obtaining common good or welfare, economic category, the result of economic activity, a set of relations, etc. The services are characterized by the following aspects: the process of providing the service involves two parts - the presence of the contractor and the customer, in which can be a private persons and legal entities of Ukraine and other countries; the service involves the transfer of tangible and intangible goods, certain information (in written and / or electronic form), the implementation of other actions other than the production of goods; services are intangible, but their result may be material aspects (materialized).

The desperation summarizes the approaches to classification of services. The classification is proposed to expand the following features: Depending on the stages of industrial and economic activity – services in the sphere of supply, preparation, production, distribution, consumer services; according to the sphere of activity: in the spheres of education, culture, health care, nutrition, transportation and etc..

It has been determined that the wholesale and retail trade, repair of motor vehicles and motorcycles in 2019 accounted for 14 per cent of the country's GDP and ranked first in terms of its importance for the development of the country's economy as a whole.

The generalization of the theoretical researches of scientists for the factors which made influence on formation and development of economic potential of enterprises, were determined, the following factors : political and legal – reflects the level of political stability and legislative and regulatory framework that create conditions for business entities ; innovative and investment – level of state support for creation of conditions for attraction of investments by enterprises; financial and economic – state support of the industry through development programs, inflation level, etc.; staff – displays qualitative and quantitative characteristics of personnel, which can be considered as labor potential for the industry.

With the aim of to determine the influence of environment on development of enterprises of wholesale and retail trade, repair of motor vehicles of Odessa region, in particular their economic potential, we used the method of PEST-analysis. According to the obtained data, the development of the potential of service enterprises is most influenced by economic and technological factors. The SWOT analyses method was selected like marketing tool which helps to analyze the strengths and weaknesses sides of the enterprises in the Odessa region. According to the results which were obtained, one of the perspective directions for the development of the economic potential of enterprises is the development of such components like marketing and innovation potential. Precondition for the development of innovation potential of STP in the branch and in the country in the whole. Strengthening of the marketing potential will assist to formation of the complex approach to marketing function and identification of perspective sales markets. Formation of a personnel reserve by highly qualified employees in the field of marketing management and strategic management and their further employment will ensure strengthening of economic potential of enterprises, in particular marketing and management components and achievement of long-term goals.

Taking into account the information component and personnel limitations on their application, the method of cost calculation of the economic potential of the enterprise is proposed for use. The most complete assessment of the size of the enterprise's potential is proposed to be carried out through the determination of the

market value of the enterprise, which reproduces the social assessment of the results and capabilities of the business entity, as well as its position on the market.

The third section of the discussion presents a conceptual approach to management of innovative development of economic potential of service enterprises on marketing principles, the innovative approaches for estimating the components of the economic potential of service enterprises on a marketing basis are proposed for implementation, and also worked out an innovative program of development of economic potential of service enterprises on marketing principles and defined directions of its realization.

It is proposed to manage innovative development of economic potential of service enterprise on marketing principles to be carried out on the basis of integration approach, which will combine the advantages of the system approach in terms of considering the potential of the enterprise as a system consisting of certain elements connected with each other, situational approach - from the point of view of the influence of the environment, functional and process approaches – regarding the complexity and consistency of actions to ensure results, as well as taking into account modern trends and directions of development in management , in particular in the context of support of self-developing and self-organized systems, in which the human resource comes to the first place like the main factor and the generator of the innovation development .

During the monitoring of influence of the external environment into the process of managing the economic potential of the service enterprise, we propose to use the TEMPLES-Analysis in combination with the matrix "probability of strengthening factor – influence of factor on organization" and the method of building environment profile (matrix analysis). The analysis of the enterprise's microenvironment is proposed to be carried out according to the method of estimation of competitive forces by Porter.

This paper work presents a model of managing the development of economic potential as a combination of two blocks: the first is related to the study of the external environment and identification of factors that have most influence on the

composition and structure of elements in economic potential of enterprises; the second is related to the analysis of the enterprise's economic potential development, in particular the identification of certain types of potential in terms of its structure and taking into account the effect of the factors of the external environment.

The development of economic potential of enterprises should contribute to the formation of a stable market position of the enterprise, able to ensure its opposition to competitors by providing the changing needs of consumers. The solution of this question is connected with marketing activity of the business entity, which is considered as a component of business activity of the enterprise. For this analysis we propose to use the method of the hierarchy .Application of this methodology allows to determine not only the level of marketing activity, but also to identify weak places, which should be taken into account when planning further management of development of economic potential of enterprises.

The work has developed and proposed an innovative program of development of economic potential of enterprises in the branch , the program of development of economic potential of service enterprises on marketing principles, which includes such stages as determination of status and problems, development of the purpose of the program, formation of tasks, development of the structure of the program, as well as defining expected results and criteria for achieving goals.

Key words: Economic potential, resources, opportunities, management, development, innovations, investments, enterprises, service, evaluation, methodology, concept, environment, analysis.

Список публікацій здобувача за темою дисертації

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

Статті у наукових фахових виданнях України:

1. Ажаман І. А., Жидков О. І. Теоретичне обґрунтування сутності та властивостей потенціалу підприємства. *Економіка та держава*. 2018. № 2. С. 22–26.
2. Ажаман І. А., Жидков О. І. Сутність та структура економічного потенціалу підприємства. *Економіка та держава*. 2018. № 4. С. 22–25.
3. Ажаман І. А., Жидков О. І. Методичні підходи до оцінювання рівня розвитку економічного потенціалу сервісного підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 5. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7028> (дата звернення: 13.06.2021).
4. Жидков О. І., Ажаман І. А. Чинники впливу на формування та розвиток економічного потенціалу підприємств сфери послуг. *Ефективна економіка*. 2021. № 2. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8661> (дата звернення: 13.06.2021).
5. Жидков О. І., Ажаман І. А. Концептуальні аспекти управління потенціалом підприємства на маркетингових засадах. *Економіка та держава*. 2021. № 2. С. 47–52.

Статті у наукових періодичних виданнях інших держав:

6. Azhaman Iryna A., Zhydkov Oleksiy I., Hronska Maryna V., Petryshchenko Nataliia A. and Serohina Nataliia V. Formation of the economic potential of the enterprise (Service enterprises – repair and maintenance of vehicles) evidence from Bosch company. *International Journal of Criminology and Sociology*. 2020. Volume 9. pp. 2875-2881.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

7. Ажаман І. А., Дога В. С., Жидков О. І. Економічний потенціал будівельного підприємства – сутність та підходи до визначення. *Економіка та управління: сучасний стан і перспективи розвитку*: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. Одеса, 2017. С. 283-286.

8. Жидков О. І. Сучасні підходи до класифікації потенціалу. *Економіка та управління: сучасний стан та перспективи розвитку*: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції фахівців, магістрантів, аспірантів та науковців. Одеса, 2018. С.533-534.

9. Ажаман І.А., Жидков О.І. Підходи до формування економічного потенціалу підприємств. *Розвиток маркетингової діяльності в умовах економічної глобалізації*: матеріали X міжнародної науково-практичної конференції. Одеса, 2019. С. 12-13.

10. Ажаман І.А., Жидков О.І. Щодо визначення поняття послуги в законодавчо-нормативних актах. *Управління проектами: проектний підхід в сучасному менеджменті*: матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції фахівців, магістрантів, аспірантів та науковців. Одеса, 2019. С.7-10.

Наукові праці, які додатково відображають наукові результати дисертації:

11. Azhaman Iryna, Hronska Maryna, Zhydkov Oleksiy. Theoretical foundation of economic potential of enterprise. Marketing technologies of business development. Series of monographs Faculty of Architecture, Civil Engineering and Applied Arts Katowice School of Technology. Monograph 32. Publishing House of Katowice School of Technology, 2020. P.174-183