

УДК 658:330:622.271.3

А.М. Мельников, канд. техн. наук, доц.,
Б.Ю. Собко, д-р техн. наук, ст. науков. співроб.,
Н.Б. Пундяк

Державний вищий навчальний заклад „Національний
гірничий університет“, м. Дніпропетровськ, Україна,
e-mail: sobkonb@i.ua

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ЗМІН РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТА НАПРЯМІВ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГІРНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

А.М. Melnykov, Cand. Sci. (Tech.), Assos. Prof.,
B.Yu. Sobko, Dr Sci. (Tech.), Senior Research Fellow,
N.B. Pundiak

State Higher Educational Institution “National Mining
University”, Dnipropetrovsk, Ukraine, e-mail: sobkonb@i.ua

COMPARATIVE ANALYSIS OF CHANGES OF MARKET ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT STRATEGIES OF MINING ENTERPRISES

Мета. Виявлення факторів, що впливають на розвиток гірничо-металургійного підприємства, визначення тенденцій змін ринкового середовища та обґрунтування напрямів формування стратегії розвитку гірничого підприємства.

Методика. Основною методикою для аналізу змін ринкового середовища є використання комплексного показника конкурентного статусу підприємства (КСП) у стратегічних зонах господарювання (СЗГ). У роботі використано методи економічного аналізу, математичної статистики та прогнозування, логічного аналізу та інші.

Результати. Наукові результати – визначено потенціал ринку титано-цирконієвої сировини та узагальнено потенційні можливості світового виробництва діоксиду титану (TiO_2) відповідно до реальних виробничих потужностей гірничих підприємств світу та України, встановлено межі розширення обсягів виробництва на світовому ринку цієї мінеральної сировини.

Наукова новизна. Виявлено тенденції змін середовища ринку діоксиду титану та титано-цирконієвої сировини та, відповідно до них, уперше сформульовано передумови стратегічного розвитку гірничого підприємства.

Практична значимість роботи полягає у виявленні сильних та слабких сторін конкурентоспроможності філіалу „Вільногірський гірничо-металургійний комбінат“ ЗАТ „Кримський титан“ на ринку титано-цирконієвої сировини.

Ключові слова: *стратегічна сегментація, конкурентоспроможність, стратегічні зони господарювання, стратегія розвитку, ринкове середовище, потенціал ринку*

Постановка проблеми. Вітчизняні гірничо-металургійні підприємства, до яких відноситься підприємство філіал „Вільногірський гірничо-металургійний комбінат“ ЗАТ „Кримський титан“ (ВГМК), діючи в умовах нестабільного розвитку ринку мінеральної сировини, посилення технічного динамізму та конкуренції, потребують передбачення свого розвитку. Актуальність даного дослідження полягає у виявленні тенденцій змін на цьому ринку та відповідної реакції підприємства на ці зміни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Воронкова А.Е. та Погорелов Ю.С. вважають, що умовою успішного довгострокового функціонування підприємства є його спроможність й активні дії з адаптації до змін у зовнішньому середовищі та постійного розвитку [1]. Деякі економісти дійшли висновку, що оцінка діяльності підприємств має бути комплексною [2, 3]. Тому виділено **наступні не вирішені раніше частини загальної проблеми** успішного функціонування підприємства, що полягають у: визначенні потенціалу ринку, на якому функціонує підприємство, прогнозуванні факторів змін на ньому, оцінці стратегічного потенціалу та визначенні його конкурентоспроможності.

Завданнями даного дослідження є вирішення наступних задач: визначити потенціал ринку титаноцирконієвої сировини та спрогнозувати тенденції змін на ньому; оцінити стратегічну сегментацію діяльності підприємства та перспективи стратегічних зон господарювання; визначити стратегічний потенціал підприємства та його конкурентоспроможність.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зовнішнє середовище є джерелом, що живить підприємство ресурсами, необхідними для підтримки його внутрішнього потенціалу на належному рівні. Підприємство знаходиться у стані постійного обміну із зовнішнім середовищем, забезпечуючи тим самим собі можливість виживання. Але ресурси зовнішнього середовища не безмежні, і на них претендують конкуруючі підприємства, що знаходяться в цьому ж середовищі.

Використання поняття „потенціалу“ щодо такого об’єкта, як підприємство, потребує дослідження характеристик самого підприємства. З цієї метою пропонується використовувати підхід, що розглядає підприємство як складну систему у взаємодії з її зовнішнім середовищем та як відокремлений елемент замкненої метасистеми „підприємство – зовнішнє середовище“ [1].

При визначенні потенціалу ринку титаноцирконієвої сировини враховувалися фактори потреби в продукції, що виготовляється з неї, якість сировини, запаси сировини, гірничо-технічні умови експлуатації родовищ, їх географо-економічне розташування, наявність транспортних та інших комунікацій, вартість земель та екологічні аспекти.

Більше ніж 93% виробленого у світі титану використовується у вигляді TiO_2 . Виробництво металевого титану складає менше ніж 3% від добутої у світі промислової сировини TiO_2 . Галузі, яким необхідний металевий титан для кінцевого використання (враховуючи флюс для металургії, вогнетриви, абразиви, покриття для зварювальних стрижнів та ін.) складають 3,5% від загального споживання сировини TiO_2 [4].

Таким чином, тенденції розвитку світової промисловості пігментів TiO_2 визначають шляхи розвитку сектора титанової продукції. Крім цього, у світовому масштабі поставки циркону майже повністю представляють собою побічний продукт, що одержаний при виробництві мінералів титану. Тенденції розвитку промисловості пігментів TiO_2 обумовлюють вплив на пропозицію в глобальній рівновазі попит/пропозиція для циркону.

На рис. 1 представлено обсяги попиту на світовому ринку (Західна Європа, Африка та Близький Схід, Латинська Америка, Північна Америка, Океанія) титанової продукції, що склали разом близько 4150 млн тонн у 2010 році.

У табл. 1. наведено сегментацію споживання пігменту TiO_2 за регіонами та галузями використання за 2010 рік. Вражає різниця в структурі його використання різними географічними регіонами. У більшості менш економічно розвинутих країн переважає виробництво фарб, складаючи близько 59% від загального споживання пігменту TiO_2 . Більш розвинуті країни мають і більш різнобічну виробничу базу, що зменшує важливість сектору фарб, як споживача TiO_2 .

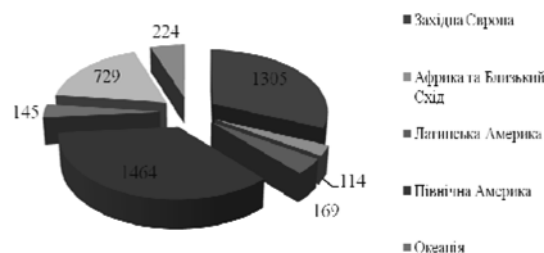


Рис. 1. Попит на діоксид титану на світовому ринку 2010 року, млн тонн

Таблиця 1

Споживання пігменту TiO_2 за регіонами та галузями виробництва, т./рік

Регіон споживання	Галузь використання				У цілому
	Виробництво паперу	Виробництво фарби	Виробництво пластику	Інші галузі виробництва	
Азія / Тихий океан	38	604	159	206	1007
Східна Європа	10	85	21	11	127
Латинська Америка	15	170	40	15	240
Середній Схід та Африка	9	95	20	5	129
Північна Америка	235	637	282	63	1217
Західна Європа	138	640	252	50	1080
Усього у світі	445	2231	774	350	3800

Таким чином, простежується тенденція, що підтверджує, що Східна та Центральна Європа стануть регіонами з різними напрямками розвитку виробництва TiO_2 . Країни-виробники пігменту діоксиду титану, особливо ті з них, що входять до ЄС, мають багато можливостей з точки зору інвестицій, що необхідні для розвитку нових технологій, і це, у свою чергу, призведе до „витіснення“ вітчизняних підприємств серед дуже жорсткої західної конкуренції. Така ситуація призводить до зниження виробничого потенціалу, зменшення і без того низького використання виробничих потужностей, і, як наслідок – до закриття підприємств. Однак, необхідно враховувати, що всі виробники пігменту TiO_2 з Центральної Європи користуються сульфатною технологією виробництва (табл. 2), яка шкодить навколишньому середовищу тих країн, що не увійшли до ЄС, особливо в галузі побічних продуктів та відходів.

Актуальним стає питання ціни. Для багатьох виробників фарб та пластику витрати на виробництво пігменту TiO_2 являють собою набагато більшу частину загального бюджету, виділеного на сировину, ніж витрати на будь-яку іншу його складову.

За довгу історію виробництва TiO_2 , ціни на пігменти знаходились у межах 2500 – 3000 дол. США. Ціни в Західній Європі були вищі й більше змінювались, ніж ціни на внутрішньому ринку США, хоча таке коливання цін часто пояснювалося факторами обмінного курсу. Із

введенням євро, як єдиної європейської валюти, ціни на пігменти TiO_2 у Західній Європі набули більшої тенденції до зниження, ніж у будь-якому іншому регіоні світу.

Таблиця 2

Виробництво діоксиду титану країн Центральної та Східної Європи

Країни, що вступили до ЄС	Потенційні можливості виробництва (тонн на рік)	Реальні виробничі потужності (тонн на рік)
Польща	36 000	34 000
Чехія	27 000	25 000
Словенія	34 000	32 000
Країни, що не вступили до ЄС	Потенційні можливості виробництва (тонн на рік)	Реальні виробничі потужності (тонн на рік)
Україна	120 000	60 000
Росія	2 000	1 000
Усього:	219 000	153 000

В останні роки витрати на забезпечення екологічної безпеки і на розробку кращої пігментної продукції, а також інвестиції виробників сировини в нові родовища і обладнання, з метою покращення якості, забезпечуються більш високими цінами на TiO_2 (рис. 2).

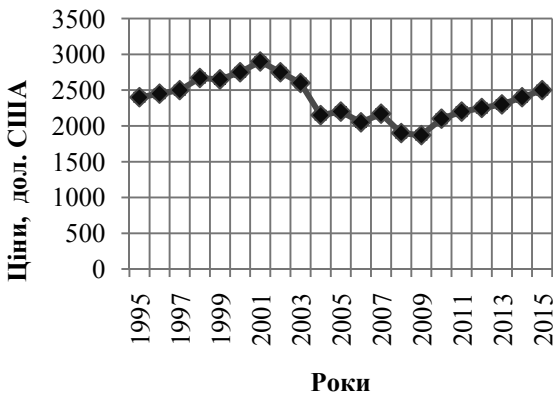


Рис. 2. Динаміка та прогноз світових цін на пігмент діоксид титану

У результаті дослідження тенденцій ринку пігменту TiO_2 встановлено, що:

- зростання обсягів ринку TiO_2 є більшим, ніж прогнози ВВП;
- простежується циклічність цін;
- обсяги виробництва повинні бути менш повторюваними у часі, ніж попит;
- попит диктує зростання якості продукції.

Прогноз відносно збільшення обсягів споживання в майбутньому – як у цілому у світі, так і на окремих регіональних та національних ринках, обумовлюється факторами, що використовуються при складанні прогнозів стосовно попиту та росту ВВП.

Оцінки зовнішнього середовища підприємства ВГМК показують, що світове виробництво (пропозиція) пігменту TiO_2 та попит врівноважені. Однак обсяги споживання TiO_2 в більш розвинутих країнах домінують. За галузями споживання пігменту TiO_2

трійка лідерів наступна: виробництво паперу, фарби та пластику. На промислове виробництво фарб у даний час припадає близько 59% споживання пігменту TiO_2 у всьому світі, пластик – 20% та виробництво паперу – 9%. На рис. 3. наведено структуру споживання за галузями використання у відсотках від загального обсягу споживання даного пігменту.

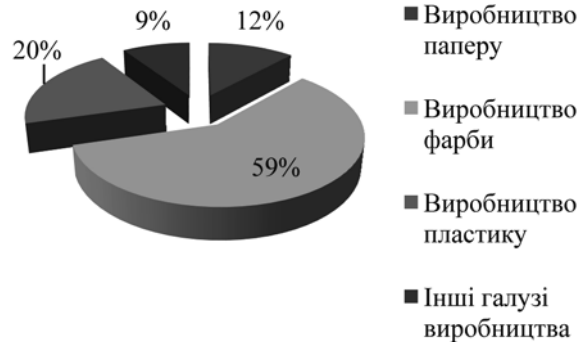


Рис. 3. Структура споживання діоксиду титану за галузями використання (%)

Стратегічна сегментація передбачає виявлення загальних контурів можливих змін у соціально-економічному розвитку підприємств гірничо-металургійного комплексу в майбутньому, а також альтернативних шляхів і терміну досягнення якісних змін в економіці. Вона посідає важливе місце у процесі підготовки та прийняття управлінських рішень і є невід’ємною частиною діяльності підприємств гірничо-металургійного комплексу.

На світовому ринку титано-цирконієвої сировини ВГМК належить 5% (280 тис. тонн) виробництва титаномістких концентратів (6 місце в десятці світових лідерів), у тому числі 6 місце (5%) – у виробництві ільменіту, та 3 місце – у виробництві рутилу (17%) і циркону (3%). Титанова продукція експортується до країн СНД, Європи (Чехія, Нідерланди, Франція, Німеччина), Азії, Африки, Австралії, Америки. Найбільші обсяги титанових концентратів споживаються підприємствами Росії, Казахстану, Нідерландів та США. Основним імпортером титанових концентратів виробництва ВГМК є Росія, питома вага в загальному експорті даного філіалу становить близько 37%, частка країн СНД в експорті становить 50%.

На внутрішньому ринку ВГМК реалізується, у середньому, 13,4% виготовленої продукції, із них 0,3% виготовленого рутилового концентрату та 10,1% ільменітового. Основним національним споживачем ільменітового концентрату є Запорізький титано-магнієвий комбінат.

Щодо обсягів реалізації продукції ВГМК за 2006–2010 роки, то з кожним роком простежується збільшення даного показника. Темп приросту обсягів виробництва продукції, як відношення величини темпу приросту за 2010 рік до його рівня у 2009 році, становить 21%, що є найбільшим показником за останні 5 років.

Наступний крок до розробки стратегії підприємства після аналізу й оцінки його зовнішнього середовища – це аналіз його внутрішнього середовища та оцінка стратегічного потенціалу з метою визначення того, чи володіє підприємство достатніми силами, щоб скористатися зовнішніми можливостями.

Внутрішнє середовище підприємства в стратегічному контексті є сукупністю систем, елементів, компонентів і факторів, що формують його довгострокову прибутковість і перебувають під безпосереднім контролем керівників та персоналу підприємства. Отже, внутрішнє середовище підприємства складають лише контрольовані ним фактори і його аналіз вимагає використання системного підходу, тобто він повинен бути системним і багатфакторним.

Основне ж завдання внутрішнього аналізу полягає в тому, щоб встановити потребу підприємства в ресурсах, його сильні та слабкі сторони і, відтак, його потенційні можливості та конкурентний статус щодо окремих його бізнесів чи СЗГ.

Оцінювати мобілізаційні можливості (стратегічний потенціал) підприємства можна як у цілому, так і за окремими груповими функціональними (маркетинг, виробництво, фінанси, організація управління тощо) чи процедурними (діючі чи обрані стратегії) його компонентами.

Крім звичайної оцінки стратегічного потенціалу підприємства за наведеною схемою (алгоритмом), яку використовують і при розрахунку показника конкурентного статусу підприємства, також здійснюють оцінку, так званого, абсолютного стратегічного потенціалу підприємства. Цей показник дозволяє оцінити стратегічний потенціал підприємства щодо умовно-ідеального підприємства.

Наступний підхід ґрунтується на більш детальній і диференційованій системі оцінки конкурентного статусу підприємства в СЗГ як рентабельності стратегічних інвестицій підприємства, відкоректованих на відносний рівень оптимальності стратегії й на відповідність потенціалу підприємства оптимальній стратегії СЗГ. У цьому випадку (за цим підходом) схема (алгоритм) процедури оцінки конкурентного статусу підприємства наступна.

Комплексний показник конкурентного статусу підприємства (КСП) в СЗГ розраховується за формулою

$$КСП = 1/3 * [(Iг - Iк) : (Iо - Iі)] + (Сг : Со) + (Sг : So)],$$

де Iг, Iк, Iо – фактичний, критичний і оптимальний рівень інвестицій (капіталовкладень) відповідно; Сг, Со – фактичний і максимально можливий потенціал (мобілізаційні можливості, фактичні та оптимальні) підприємства відповідно, долі одиниць; Sг, So – оцінки діючої й оптимальної стратегії підприємств відповідно, долі одиниць.

КСП для філіалу „Вільногірський гірничо-металургійний комбінат“ ЗАТ „Кримський титан“ дорівнює

$$1/3 * [(0,4 - 0,3) : (0,9 - 0,4)] + (0,3 : 0,6) + (0,1 : 0,4) = 0,95.$$

При цьому, якщо $0,8 < КСП < 1$ (за формулою), то фірма має сильний конкурентний статус і буде найефективнішою в даній СЗГ. Тому філіалу „Вільногірський гірничо-металургійний комбінат“ ЗАТ „Кримський титан“ має сильний конкурентний статус і буде найефективнішим у даній СЗГ [3].

Отже, конкурентний статус фірми у СЗГ, у першу чергу, визначається відношенням її планових (або фактичних) інвестицій у СЗГ до рівня інвестицій, що забезпечуватиме їх оптимальну рентабельність у СЗГ за умови оптимальності стратегії та мобілізаційних можливостей (потенціалу) підприємства.

Наступний крок в оцінці конкурентного статусу фірми в СЗГ – оцінка майбутньої ефективності діючої стратегії фірми в СЗГ, здійснюється (за переліком типових процедурних факторів (складових) внутрішнього середовища підприємства) на основі висновку експертів щодо характеру їх впливу на зростання обсягів виробництва та рентабельності фірми, тощо за наступною схемою (таблиця 2).

Показники оцінюються як міра відповідності (відношення) середньоарифметичної бальної оцінки (проведеної за шкалою оцінки від 0 до 1 через 0,1) усіх факторів, часткових субстратегій у межах діючої (фактичної, поточної) стратегії, *i*-факторам оптимальної *a*-стратегічної альтернативи. Показник оцінюється як міра відповідності (відношення) середньоарифметичної бальної оцінки (проведеної за шкалою оцінки від 0 до 1 через 0,1) усіх факторів діючої (фактичної, поточної) загальної стратегії факторам оптимальної стратегії розвитку фірми [2].

Таблиця 2

Типова таблиця оцінки майбутньої ефективності діючої стратегії розвитку філіалу „Вільногірський гірничо-металургійний комбінат“ ЗАТ „Кримський титан“

Фактори успіху в майбутньому ВГМК та конкретні параметри, що їх визначають	Оцінка стратегії розвитку філіалу ВГМК, долі одиниць		Відносний рівень ефективності діючої стратегії розвитку ВГМК, долі одиниць
	діючої	оптимальної	
Політика зростання	0,8	0,6	1,33
Ринкова диференціація (ніша)	0,8	0,5	1,6
Продуктова диференціація (ніша)	0,9	0,6	1,5
Середнє значення	0,833	0,567	1,47

Отже, відносний рівень ефективності діючої стратегії ДП „Вільногірський“ ЗАТ „Кримський титан“ щодо оптимальної стратегії розвитку складає в середньому 147%.

Стратегічний потенціал підприємства є інтегрованою й повною характеристикою його розвитку. Управління розвитком підприємства припускає потребу розробки й впровадження інтегрованої системи управління, основою якої є система аналізу й оцінювання потенціалу розвитку, процесів його зміни. З цієї метою використовують різноманітні методики аналізу стратегічного потенціалу розвитку підприємства, що є вагомими, але все ж не досконалими на наш погляд.

Стратегічний потенціал підприємства розглядається як взаємопов'язана сукупність ресурсів, що знаходяться в його розпорядженні та мають вирішальне значення для досягнення стратегічних цілей, оцінки можливих меж функціонування в майбутньому, виходячи з прогнозованих умов зовнішнього середовища. Сферою застосування запропонованого розрахунку є оцінка перспективних можливостей підприємства щодо зростання ефективності функціонування та зміцнення конкурентоспроможності на ринку.

Висновки. 1. Проаналізовано потенційні можливості виробництва діоксиду титану та реальні виробничі потужності. Країни, що вступили до ЄС, практично використовують потенційні можливості виробництва пігменту у повному обсязі, а в Україні та Росії потенційні можливості виробництва у два рази перевищують реалізовані.

2. Узагальнено дані щодо потенційних можливостей світового виробництва діоксиду титану (TiO_2) відповідно до реальних виробничих потужностей гірничих підприємств світу та України, встановлено межі розширення обсягів світового ринку цієї мінеральної сировини.

3. Охарактеризовано світовий попит та пропозицію на концентрати цирконієвих мінералів у 2010 році, що були практично збалансованими. Наведено оцінки Геологічної служби США щодо світових запасів цирконію на кінець 2010 року.

4. Визначено напрями формування стратегії розвитку гірничого підприємства та розраховано майбутню ефективність діючої стратегії філіалу „Вільногірський гірничо-металургійний комбінат“ ЗАТ „Кримський титан“. Встановлено, що відносний рівень ефективності діючої стратегії даного підприємства щодо оптимальної стратегії складає в середньому 147%.

Список літератури / References

1. Воронкова А.Е. Потенціал підприємства як основа його довгострокового розвитку / Воронкова А.Е., Погорелов Ю.С. // Економіка та управління підприємствами. – Київ, 2009. – №4(94). – С. 77–84.

Voronkova, A.Ye. and Pogorelov, Yu.S., (2009), “Potential Enterprises as the basis of its long-term development”, *Economics and business administration*, no.4(94), p. 77–84.

2. Афанасьев М.В. Стратегія підприємства: Навч.-метод. посібник / Афанасьев М.В., Селезньова Г.О. // – Харків: ВД „ІНЖЕК“, 2007. – 272 с.

Afanasiev, M.V. and Selezneva, G.O., (2007), *Strategiia pidpryemstva* [Enterprise Strategy], Manual, PH “ІНЖЕК”, Kharkov, Ukraine.

3. Мельников А.М. Матеріали міжвузівської науково-практичної конференції (25 листопада 2011). Теоретичні та прикладні аспекти становлення та розвитку конкурентоспроможної економіки / А.М. Мельников, Н.Б. Собко – Кривий Ріг: Видавничий центр КТУ, 2011 – С. 268–270.

Melnykov, A.M. and Sobko, N.B. (2011), “Theoretical and applied aspects of formation and development of a competitive economy”, *Materials of the Interuniversity*

Scientific Conference (November 25, 2011). Publishing Center CTU, Krivoy Rog, pp. 268–270.

4. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. Посібник. / Федонін О.С., Репін І.М., Олексюк О.І. // Вид. 2-ге, без змін. – К.: КНЕУ, 2006. – С. 168–195.

Fedonin, O.S., Repin, I.M. and Oleksiuk, O.I. (2006), *Potentsial pidpryemstva: formuvannia ta otsinka* [Potential of an Enterprise: Development and Evaluation], Manual, Edition. 2, MBK, Kyiv, Ukraine.

Цель. Выявление факторов, влияющих на развитие горно-металлургического предприятия, определение тенденций изменения рыночной среды и обоснование направлений формирования стратегии развития горного предприятия.

Методика. Основной методикой для анализа изменений рыночной среды является использование комплексного показателя конкурентного статуса предприятия (КСП) в стратегических зонах хозяйствования (СЗХ). В работе использованы методы экономического анализа, математической статистики и прогнозирования, логического анализа и другие.

Результаты. Научные результаты – определены потенциал рынка титано-циркониевого сырья и обобщенные потенциальные возможности мирового производства диоксида титана (TiO_2) относительно реальных производственных мощностей горных предприятий мира и Украины, установлены пределы расширения емкости мирового рынка этого минерального сырья.

Научная новизна. Выявлены тенденции изменения среды рынка диоксида титана и титано-циркониевого сырья и в соответствии с ними впервые сформулированы предпосылки стратегического развития горного предприятия.

Практическая значимость работы состоит в выявлении сильных и слабых сторон конкурентоспособности филиала „Вольногорский горно-металлургический комбинат“ ЗАО „Крымский титан“ на рынке титано-циркониевого сырья.

Ключевые слова: стратегическая сегментация, конкурентоспособность, стратегические зоны хозяйствования, стратегия развития, рыночная среда, потенциал рынка

Purpose. To determine factors influencing the development process of a mining and metallurgical enterprise and trends of the market environment and to substantiate different development strategies for mining companies.

Methodology. The basic procedure for the analysis of changes in the market environment is estimation of the complex indicator of the competitive status of an enterprise in strategic areas of management. In the research we used the methods of economic analysis, mathematical statistics and forecasting, logical analysis, and others.

Findings. We have estimated the titanium-zirconium materials market potential and the potential capacity of global production of titanium dioxide (TiO_2) according to actual production capacity of world mining companies, in-

cluding Ukrainian companies, and determined the limits of expansion of world market capacity.

Originality. Trends in the market of titanium dioxide and titanium-zirconium materials have been determined and according to them the prerequisites for strategic development of the mining enterprise have been presented.

Practical value. We have analyzed strengths and weaknesses of the subdivision of ZAO "Krymskiy Titan", "Vilnohirsk Mining and Metallurgical Plant" and its com-

petitiveness at the titanium-zirconium materials market environment.

Keywords: *strategic segmentation, competitiveness, strategic areas of management, development strategy, market environment, market potential,*

Рекомендовано до публікації докт. техн. наук П.І. Пономаренком. Дата надходження рукопису 28.02.12.

УДК 001.895:378:371.261

І.Є. Драч

Державний вищий навчальний заклад „Національна металургійна академія України“, м. Дніпропетровськ, Україна, e-mail: asteria2000@mail.ru

ІННОВАЦІЙНО-ПРОЕКТНА ДІЯЛЬНІСТЬ У СИСТЕМІ РЕЙТИНГОВОГО ОЦІНЮВАННЯ ВНЗ УКРАЇНИ

I.Ye. Drach

State Higher Educational Institution "National Metallurgical Academy of Ukraine", Dnipropetrovsk, Ukraine, e-mail: asteria2000@mail.ru

ROLE OF INNOVATIVE AND PROJECT ACTIVITY IN THE RATING ESTIMATION OF UNIVERSITIES IN UKRAINE

Мета. Аналіз структури та видів досліджень наукових секторів України; визначення впливу показників науково-технічної та інноваційно-проектної діяльності вищого навчального закладу на його конкурентоздатність та місце в рейтингу.

Методика. Методологічною базою роботи є загальнонаукові принципи проведення досліджень (методи наукового аналізу та синтезу), теоретичні й методичні основи системного й процесного підходів, а також методи раннявання. В якості джерел інформації використано дані статистичної звітності та праці вітчизняних науковців.

Результат. У роботі наведено загальну характеристику деяких методик побудови рейтингів вищих навчальних закладів України. Детально розглянуто рейтинг університетів України III, IV рівнів акредитації „Топ-200 Україна“, в якому значну частку рейтингової оцінки складає наукова діяльність, а також досліджено методику його побудови. Представлено діаграми розподілу ваги між індикаторами в індексах якості науково-педагогічного потенціалу, якості навчання та міжнародного визнання. Виявлено залежність між якістю науково-педагогічного потенціалу та місцем ВНЗ у рейтингу, його конкурентоздатністю в освітянському секторі України. Подано характеристику наукових секторів (академічного, галузевого, освітянського, заводського, підприємницького), розглянуто організаційно-правові форми підприємств позавідомчої науки (інкубатор, технопарк, технополіс), а також подано структуру освітянського сектору. Визначено види досліджень відповідно до сектору науки.

Наукова новизна. Основний науковий результат полягає в теоретичному обґрунтуванні впливу інноваційної активності ВНЗ на його конкурентоздатність, а саме: проаналізовано стан та розкрито особливості рейтингових оцінок діяльності ВНЗ, визначено відсутність показників впровадження наукових доробок науково-педагогічних працівників.

Практична значимість. Одержані результати досліджень були впроваджені під час викладання дисципліни „Маркетинг інтелектуальної власності“ з метою підвищення економічної ефективності інноваційних проектів Національної металургійної академії України.

Ключові слова: *наука, науковий сектор, освітянський сектор, проект, вищий навчальний заклад, рейтинг, науково-педагогічний потенціал*

Постановка проблеми. За сучасних умов „економіки знань“ наука виконує роль головного економіко-відтворювального фактора, а провідні держави світу забезпечують свій розвиток за рахунок удоско-

налення існуючих технологій, техніки та використання принципово нових наукових досягнень. Наукова діяльність є невід’ємною складовою діяльності будь-якого ВНЗ і одним із факторів його престижності. В умовах зростаючої конкуренції між вищими навчальними закладами спостерігається тенденція до