

економічна динаміка, ефективність залучення у світовий поділ праці, можливість модернізації на цій основі національної економіки.

Використані джерела:

1. Гаврилюк О.В. Інвестиційний імідж та інвестиційна привабливість України / О.В. Гаврилюк. – Фінанси України. – 2008. – №2. – С.68–81.
2. Звіт Міжнародної фінансової корпорації за 2011 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ifc.org/ifcext/uspp.nsf/AttachmentsByTitle/IC+report_2011UA/\\$FILE/IC_UA.pdf](http://www.ifc.org/ifcext/uspp.nsf/AttachmentsByTitle/IC+report_2011UA/$FILE/IC_UA.pdf).
3. Інвестиційний клімат в Україні: яким його бачить бізнес [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.innovations.com.ua/ua/articles/op-manage/17816/rezultati-doslidzhennya-ifc-investicijni-klimat-v-ukrajini>.
4. Єгорова О.Ю. Проблеми та перспективи інноваційно-інвестиційного розвитку економіки / О.Ю. Єгорова, Ю.В. Єгорова, Н.В. Можайкіна // Європейський вектор економічного розвитку. – 2011. – №1 – С.42–49.
5. Петрова Г.Є. Іноземні інвестиції як складова конкурентоспроможності економіки України / Г.Є. Петрова // Держава та регіони. – 2011. – №4 – С.41–46.
6. Стельмащук А.М. Іноземні інвестиції як чинник економічного зростання внутрішнього ринку України / А.М. Стельмащук // Сталий розвиток економіки. – 2011. – №5(8). – С.240–247.

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СІЛЬГОСППІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ТА МЕТОДИ ЇХ АНАЛІТИЧНОЇ ОЦІНКИ

Гетьман Д.О., магістр

Державний ВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет, Україна

В умовах конкурентного ринку підприємства постійно знаходяться під впливом чинників імовірного характеру, що викликає необхідність відмови від жорсткого планування і переходу до гнучкої адаптивної системи економічного регулювання. Реалізація такого завдання пов'язана з розробкою концепції конкурентоспроможності підприємства, в якій визначаються мета і задачі діяльності, ресурсне забезпечення, шляхи досягнення, цілі і методи вирішення завдань.

У процесі реформування аграрного сектора економіки України здійснено глибокі структурні зміни – докорінно перебудовано земельні та майнові відносини, створено організаційно-правові структури ринкового спрямування на основі приватної власності. Сучасні економічні перетворення в аграрному секторі країни мають незворотний характер, але водночас його нинішній соціально-економічний стан, певна невизначеність результатів на перспективу вимагають переосмислення тактичних і стратегічних напрямів здійснення аграрної політики, наукового підходу і переходу до нової методології господарювання на всіх агропромислових формуваннях, пошуку альтернатив, здійснення глибоких наукових досліджень та сміливих експериментів і на цій основі – побудови нових моделей поведінки реформованих агропромислових утворень.

Орієнтація агробізнесу на успішне розв'язання ринкових завдань потребує інноваційного розвитку вітчизняного аграрного сектору й адаптації його до жорсткої конкуренції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Водночас функціонування агропромислових підприємств в умовах вільної ринкової економіки і їх зв'язок з ринком диктують необхідність застосування чіткої економічно обґрунтованої системи маркетингу.

Господарська діяльність будь-якого виробника приречена на провал, якщо йому бракує знань про закономірності товароруку, місткість ринку, активність конкурентів, стан попиту і пропозиції, зміни у потребах покупців, тощо. Інформація про стан економіки й ефективність ринкових механізмів – конкуренції, ціноутворення, попиту і пропозиції, податків, грошей та інших процесів помітно змінює порядок функціонування господарських систем. Така обізнаність дає можливість прогнозувати динаміку попиту і пропозиції, встановлювати зв'язок між потребами споживачів і споживчими властивостями товарів, підвищувати якість і ефективність управлінських дій. Тому підприємству важливо мати

мобільну систему вивчення ринку, яка б оперативно й адекватно реагувала на постійну зміну обставин, що обумовлюють напругу економічного життя.

Таким чином, актуальність окресленого кола проблем, їх теоретична і практична значимість, динамізм сучасних економічних змін та необхідність управління ними обумовили вибір теми нашого дослідження.

Метою дослідження є розробка концепції підвищення конкурентоспроможності агропідприємств, а також обґрунтування конкретних пропозицій щодо підвищення ефективності аграрного маркетингу на підприємстві.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішуються такі завдання:

- науково-теоретичне обґрунтування факторів формування механізму конкурентоспроможності вітчизняних сільгосп підприємств в ринковому середовищі;
- формування структурно-динамічної моделі побудови дієвого механізму управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств;
- окреслення кола конкурентних переваг сільгосп підприємств на ринку.

Об'єктом дослідження є процес формування та розвитку конкурентного потенціалу агропідприємств.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні і практичні проблеми та напрями формування дієвого механізму підвищення їх конкурентоспроможності.

Теоретичною і методологічною основою дослідження є діалектичний метод пізнання, напрацювання вітчизняних та зарубіжних вчених з питань механізму побудови конкурентоспроможності, статистичні дані розвитку сільського господарства у ринкових умовах. Для досягнення поставленої мети та розв'язання завдань дослідження застосовуються такі методи: системний підхід; логіко-структурний аналіз; морфологічний; графічний; статистико-економічний; експертний аналіз тощо.

Дослідження сутності та взаємозв'язку основних складових методології конкурентоспроможності підприємств показало, що мають місце неоднозначність трактувань пов'язаних з цим термінів, відсутність їх чіткого розмежування.

В історичному вимірі теорія конкурентних переваг, яка прийшла на зміну теорії порівняльних переваг, обумовила основні закономірності й тенденції розвитку конкурентоспроможності як одного з елементів ринкового механізму господарювання.

Представники різних течій сучасної західної економічної думки, в тому числі монетаристи, структуралісти та прихильники економіки пропозиції, суттєво відрізняються в поглядах на чинники динаміки конкурентоспроможності економіки в умовах глобальної конкуренції. Це дозволяє визначити історичну зміну таких підходів, яку відображає класифікація етапів розвитку методології конкурентоспроможності, яку було наведено в науковій роботі Н.О. Пустової (табл. 1).

Аналіз розвитку методології конкурентоспроможності дав можливість виділити конкурентоспроможність підприємства як важливий атрибут ринкової економіки в структурі національної конкурентоспроможності, досягнення якої можливо через забезпечення конкурентоспроможності регіонів. Останню слід розуміти як спроможність сукупності галузевих підприємств досягати і стало забезпечувати конкурентні переваги над іншими регіональними суб'єктами за рахунок формування кластерних угруповань підприємств, які створюють критичну масу і зв'язані з цим передумови використання кластерних методів управління.

Погоджуючись із думкою більшості українських і зарубіжних вчених, зазначимо, що нині відсутня загальноприйнята методика визначення та оцінки конкурентоспроможності підприємства. Проте науковцями розроблена досить велика кількість різних, надзвичайно цікавих методичних підходів до визначення рівня конкурентоспроможності підприємств. Так, В.А. Сідун, Ю.В. Пономарьова пропонують здійснювати оцінку конкурентоспроможності підприємств за методом різниць, методом рангів, методом балів і методом еталону [8, с.416]. В.Д. Немцов і Л.С. Довгань виділяють метод, заснований на теорії ефективної конкуренції; підходи, які пов'язують рівень конкурентоспроможності підприємства з показниками якості і

конкурентоспроможності виготовлюваної продукції; методи, засновані на теорії конкурентних переваг; метод бенчмаркінгу [5, с.222]. Є.В. Мінько та М.Л. Кричевський визначають конкурентоспроможність підприємства за рентабельністю та часткою продукції підприємства на ринку [4, с.131–132]. С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва та А.В. Вакулєнко до ключових методів оцінювання, окрім вищезазначених, відносять методи, в основі яких лежать життєвий цикл товару (послуги), оцінка конкурентоспроможності одиниці продукції, її споживча вартість і корисність тощо [11, с.346–379].

Таблиця 1

Класифікація етапів розвитку методології конкурентоспроможності

Ознаки класифікації	Загальна еволюція розвитку		
Етапи розвитку ринку	Неорганізований	Монополізований	Ринок обмеженої монополії
Конкурентні моделі	Модель досконалої конкуренції	Моделі чистої, монополістичної, олігополістичної конкуренції, чистої монополії	Модель регульованого ринку
Теоретичні засади формування конкурентоспроможності	Класична школа політекономії	Неокласична школа	Неокласичний синтез
Базисні складові теорії конкурентоспроможності	Теорія порівняльних витрат	Теорія порівняльних переваг	Теорія конкурентних переваг
	Сучасний етап розвитку		
Форми регульованого ринку	Послаблене державне регулювання	Посилене державне регулювання	Системно регульований ринок
Напрями розвитку теорії конкурентних переваг	Ринковий	Ресурсний	Інтегровано-збалансований
Теоретичні підходи	– неокласичний; – монетаризм	– кейнсіанський; – структуралізм	– системний; – кластерна теорія
Методи аналізу конкурентоспроможності	– модель М. Портера; – аналіз стратегічних груп; – метод LOTS тощо.	– аналіз потенціалу; – фінансово-економічний аналіз; – ланцюговий аналіз «створення вартості».	– SWOT-аналіз; – регіонально-економічний; – кластерний аналіз.

Примітка. Складено за [7, с. 5].

В свою чергу, серед існуючих на сьогоднішній день вітчизняних наукових доробок з питань оцінки конкурентоспроможності агропідприємств найбільшої уваги, на наш погляд, заслуговує праця М.Й. Маліка та О.А. Нужної [3, с.37–186].

Як підсумовано в роботі Г.А. Соловйової [9] за аналізом В.Д. Пантелєєва [6], одним з етапів оцінки конкурентоспроможності підприємств має бути аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища, який є важливим фактором у визначенні можливостей та загроз для їх розвитку. У процесі господарської діяльності підприємств галузі в умовах конкурентної боротьби підприємства мають забезпечувати сталий баланс обміну із зовнішнім середовищем. Для оцінки можливостей та поточної ситуації підприємств на ринку використовується SWOT-аналіз, який допомагає визначити сильні і слабкі сторони аграрних підприємств, а також можливості і загрози, що впливають на них із зовнішнього середовища. Наведемо характеристику окремих елементів SWOT-аналізу відповідно до [6]:

1. Сильні сторони (strength) – внутрішні можливості (навички, потенціал) чи ресурс, що можуть зумовити формування конкурентної переваги.
2. Слабкі сторони (weaknesses) – види діяльності, які фірма здійснює не досить добре, або ресурси, що неправильно використовуються.
3. Можливості (opportunities) – альтернативи, що їх може використати підприємство для досягнення стратегічних цілей (результатів).
4. Загрози (threats) – будь-які процеси або явища, що перешкоджають руху підприємства чи організації в напрямку досягнення своїх місії та цілей.

За визначенням Т.Б. Харченко, основною характеристикою конкурентоспроможності

сільгосппродукції є її якість. Нею була розроблена методика розрахунку конкурентоспроможності підприємства, яка базується на комплексному підході до оцінки конкурентоспроможності підприємства та враховує показники якості продукції, рентабельності продажів і частки ринку підприємства [12].

Таку оцінку конкурентоспроможності підприємства доцільно здійснювати на основі маркетингового підходу з урахуванням фактору якості продукції за формулою (1):

$$K_{\Pi} = \frac{k_P \times P + k_{\text{ч}} \times \text{ч}_P + k_{\text{я}} \times \text{Я}_{\Pi}}{3}, \quad (1)$$

де K_{Π} – інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства;
 k_P – коефіцієнт вагомості показника рентабельності;
 P – нормалізований показник рентабельності продажів;
 $k_{\text{ч}}$ – коефіцієнт вагомості показника частки ринку;
 ч_P – нормалізований показник частки ринку;
 $k_{\text{я}}$ – коефіцієнт вагомості показника якості продукції;
 Я_{Π} – нормалізований показник якості продукції.

На думку Н.М. Дмитренко, комплексна оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства може бути забезпечена таким показником, який враховує вплив всієї сукупності факторів, що формують цей рівень [1]. З метою врахування впливу операційної ефективності, інноваційної активності та ринкової адаптивності на рівень конкурентоспроможності агропідприємств необхідно використовувати інтегрально-індексний метод. Таким чином, модель розрахунку критерію, який забезпечує комплексну кількісну оцінку рівня конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості, буде мати вигляд (2):

$$K = \sqrt[3]{K_1 \times K_2 \times K_3}, \quad (2)$$

де K – критерій оцінки рівня конкурентоспроможності агропідприємств;
 K_1 – коефіцієнт операційної ефективності;
 K_2 – коефіцієнт інноваційності;
 K_3 – коефіцієнт адаптивності.

На думку Н.М. Дмитренко, для забезпечення конкурентоспроможності підприємств бажано, щоб всі коефіцієнти були відмінні від нуля, бо якщо хоча б один з коефіцієнтів дорівнюватиме нулю, тоді діяльність всіх господарюючих на ринку суб'єктів не можна буде визнати конкурентоспроможною [1].

М.А. Терещенко, виходячи з характеру взаємодії ринкових елементів, пропонує виділити два критерії оцінки конкурентних переваг підприємств на ринку: ступінь сприятливості і ступінь стійкості. Згідно з першою ознакою слід рахувати сприятливі переваги за умов перевищення попиту над пропозицією і повне завантаження потужностей, та несприятливі переваги, які характеризуються перевищенням пропозиції над попитом і низьким рівнем завантаження виробничих потужностей [10].

На думку автора, методичні підходи до прогнозування конкурентних переваг підприємств на ринку сільгосппродукції і розрахунку коригуючих коефіцієнтів полягають у наступній процедурі [26]:

1. Проведення експертної оцінки для встановлення значущості чинників, виявлених при оцінці поточного стану конкурентних переваг підприємств на ринку продукції, і вибір з них тих, які підлягають кількісній оцінці і обліку.

2. Встановлення залежності конкурентних переваг підприємств на ринку сільгосп продукції від дії даних чинників (побудова факторної моделі);

3. Побудова розрахункових моделей для визначення прогнозних величин попиту і пропозиції сільгосппродукції;

4. Встановлення методів розрахунку корегуючих коефіцієнтів для прогнозованих величин попиту і пропозиції;

5. Розрахунок величин попиту і пропозиції на основі запропонованих моделей з урахуванням коригуючих коефіцієнтів за декількома варіантами (сприятливому, стійкому, несприятливому);

6. Прогноз конкурентних переваг підприємств на ринку сільгосппродукції залежно від варіантних співвідношень величин попиту і пропозиції.

Н.С. Кіріченко в науковій статті пропонує визначати рівень конкурентоспроможності підприємства (КП) удосконаленим методом агробенчмаркінгу за формулою (3), скоригованою на коефіцієнт ефективності використання оборотних засобів [2]:

$$КП = 0,001 ЧР + 0,05 ЦС + 0,005 Чсв + 0,005 Рреал + 0,3374 ПП + 0,0587Ф + 0,5847 КО + 0,0138 Евзр, \quad (3)$$

де ЧР – ринкова частка підприємства;

ЦС – ціновий сегмент, в якому працює підприємство;

Чсв – частка собівартості продукції у виручці від реалізації;

Рреал – рентабельність реалізації продукції;

ПП – рівень продуктивності праці;

Евзр – ефективність використання земельних ресурсів;

Ф – рівень використання основних виробничих фондів (фондовіддача);

КО – рівень використання оборотних активів (коефіцієнт ефективності використання оборотних засобів);

Пя – інтегральний показник якості сільськогосподарської продукції підприємства;

0,001, 005, 0,005, 0,005, 0,3374, 0,0587, 0,5847, 0,0138 – коефіцієнти вагомості, розраховані за допомогою кореляційно-регресійного аналізу впливу перелічених чинників на сумарний коефіцієнт.

В роботі І.П. Романенко вказується на необхідність посилення на державному рівні контролю за дотриманням стандартів та умов сільгоспвиробництва, зобов'язання вказувати вміст всіх інгредієнтів при виготовленні сільгосппродукції як один із заходів підвищення обізнаності споживачів і зниження значущості цінового критерію при оцінюванні якості. Для підприємств даний ефект дозволить визначати перспективи нового товару за допомогою адаптованої методики оцінки інтегрального показника конкурентоспроможності продукції. Зміни полягають у наступному: доповнення методики врахуванням показника конкурентоспроможності за емоційно-психологічними параметрами (довіра до виробника, лояльність до торгової марки); врахування характеру залежності (прямого чи зворотного) загального рівня якості товару від величини конкретного параметру для усунення неточності при розрахунку показника конкурентоспроможності за технічними параметрами K_{tp} за формулою (4):

$$K_{tp} = \frac{I_{t1m} + I_{t2\delta}}{I_{t1\delta} + I_{t2m}}, \quad (4)$$

де $I_{t1\delta}$, I_{t1m} – груповий показник технічних параметрів із прямою залежністю для базового товару та товару-еталона;

$I_{t2\delta}$, I_{t2m} – груповий показник технічних параметрів зі зворотною залежністю для базового товару та товару-еталона.

Методика І.П. Романенко підтверджує існування прямої залежності конкурентоспроможності підприємства від використання маркетингового інструментарію. Ми також підтримуємо цю думку дослідника, адже, на наш погляд, саме маркетинговий інструментарій є основоположною рушійною силою в забезпеченні високої конкурентоспроможності вітчизняних підприємств як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

В цьому разі доцільним буде запропонувати оцінку конкурентоспроможності агропідприємств на ринку виходячи з факторів впливу, які формують внутрішнє і зовнішнє маркетингове середовище (ємність ринку, виробничо-збутовий потенціал тощо).

В якості функції оцінки конкурентоспроможності підприємства може виступити сумарна оцінка (чи гудвіл підприємства) за різними критеріями, яка може здійснюватися експертним методом. А для усунення загрози суб'єктивності до такої оцінки можна залучити декілька експертів, причому як на рівні самого підприємства, так і на рівні галузі, конкурентів, незалежної маркетингової (консалтингової) фірми, що надає відповідні послуги.

Експертні оцінки можна відкоригувати за 5-бальною шкалою Лайкерта і навести до спів ставного вигляду за допомогою середньозважених показників. Враховуючи питому вагу (значимість) того чи іншого фактора, можливим є підрахунок інтегральних факторів, на основі яких може бути побудовано модель сумарної оцінки конкурентоспроможності підприємства на ринку з надання йому певного рангу.

Ранг підприємства на ринку (його ринкова позиція) визначають його поточний конкурентний статус і є підґрунтям для формування стратегії конкурентоспроможності агропідприємств на ринку, яка і визначить його подальші перспективи.

Отже, в ході нашого теоретичного дослідження особливостей формування механізму конкурентоспроможності сільгоспідприємств на ринку було встановлено наступне.

1. Конкурентоспроможність сільського господарства характеризується сукупністю показників функціонування і діяльності виробничих структур, що визначають їх стабільний розвиток і успіх у конкурентній боротьбі на внутрішньому і зовнішньому ринках. Вона оцінюється рівнем конкурентоспроможності окремих його підприємств і продукції, яку вони реалізують на ринку.

2. Розуміння факторів конкурентоспроможності є основою при прийнятті ефективних управлінських рішень щодо посилення ринкових позицій як на рівні підприємств, так і на галузевому рівні.

3. Необхідність зміцнення продовольчої безпеки держави і поліпшення життєвого рівня населення вимагає формування досконалих механізмів управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств. За умов глобалізації ефективні конкурентні стратегії є передумовою більш повного використання засобів виробництва у сільському господарстві.

4. Основними джерелами конкурентоспроможності підприємств є операційна ефективність і стратегічне позиціонування. Але разом з тим, конкурентоспроможність підприємства не визначається будь-яким одним параметром, а являє собою результат взаємодії множини факторів, унікальних в кожній конкретній ситуації.

5. Маркетинговий інструментарій є основоположною рушійною силою в забезпеченні високої конкурентоспроможності вітчизняних сільгоспідприємств як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Використані джерела:

1. Дмитренко Н.М. Оцінка рівня конкурентоспроможності малих підприємств харчової промисловості / Н.М. Дмитренко // Бізнес-Навігатор: науково-виробничий журнал. – 2010. – №3(20). – С.26–30.

2. Кіріченко Н.С. Методологічні підходи до оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / Н.С. Кіріченко // Науковий вісник Київського національного університету «КПІ». – 2009. – №2. – С.23–28.

3. Малік М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: монографія / М.Й. Малік, О.А. Нужна. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 270 с.

4. Минько Э.В. Качество и конкурентоспособность / Э.В. Минько, М.Л. Кричевский. – СПб.: Питер, 2004. – 268 с.

5. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент : підручник / В.Д. Немцов, Л.С. Довгань. – К.: Екс об, 2002. – 560 с.

6. Пантелеев В.Д. Оцінка конкурентоспроможності підприємства (методологія простого рішення) / В.Д. Пантелеев // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2008. – № 2. – С.10–15.

7. Пустова Н.О. Організаційно-економічний механізм забезпечення конкуренто-спроможності підприємств (за матеріалами харчових підприємств Херсонської області): автореф. дис. на здобуття

наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Н.О. Пустова. – К., 2006. – 20 с.

8. Сідун В.А. Економіка підприємства: навч. посібник / Сідун В.А., Пономарьова Ю.В. – К.: ЦУЛ, 2003. – 436 с.

9. Соловйова Г.А. Оцінка рівня конкурентоспроможності аграрних підприємств Миколаївської області на світовому ринку зерна / Г.А. Соловйова // Студентський науковий вісник: Економічні науки. – Вип. 2 (3). – Ч. 2. – Миколаїв, 2010. – С.153–159.

10. Терещенко М.А. Управління конкурентними перевагами підприємств на ринку комбікормової продукції: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» (економіка сільського господарства і АПК) / М.А. Терещенко. – Дніпропетровськ, 2007. – 22 с.

11. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.

12. Харченко Т.Б. Якість продукції в системі факторів конкурентоспроможності підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Т.Б. Харченко. – К., 2006. – 22 с.

ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАСТОСУВАННЯ ПРОЕКТНОГО ПІДХОДУ У ВИЗНАЧЕННІ ДЕМОГРАФІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Гетьман О.О., к.е.н., доцент

Дніпропетровська державна фінансова академія, Україна

Для будь-якої країни її населення є основою суспільно-економічного розвитку. Це в певній мірі стосується і розвинених країн, і країн, що розвиваються. Однак для розвинених країн питання збереження і розвитку демографічного потенціалу набуває особливого значення, оскільки сформований багатьма поколіннями людський потенціал є базовим елементом національного багатства держави, що визначає пріоритетні напрями розвитку економіки і суспільства в цілому. Тому нині актуалізується необхідність якомога достовірнішого прогнозування чисельності і динаміки приросту населення, відстеження руху його економічно-активної частини, а також відбір найточніших методик проектування демографічної ситуації на рівні регіону та країни в цілому.

Оскільки демографічний розвиток є підґрунтям процесів, які відбуваються на всіх рівнях розвитку суспільно-економічних і соціально-трудоуних відносин в країні, в нашому дослідженні правомірно ставляться завдання щодо:

– аналіз і моніторинг чинної методичної і методологічної основи для дослідження демографічних процесів в цілому і підпроцесів (підсистем), які є його складниками;

– характеристика можливості застосування «проектного підходу» як основного методу демографічного менеджменту на сучасному етапі.

Метою дослідження є обґрунтування доцільності застосування проектного підходу в моделюванні демографічного розвитку країни.

Питаннями людського розвитку в Україні протягом останнього десятиріччя присвятили свої дослідження такі провідні вітчизняні науковці, як: Е. Лібанова, Ю. Левенець, О. Макарова, Л. Черенько, В. Котигоренко, Г. Герасименко, С. Ничипоренко, Т. Польова, О. Хмелевська, Л. Ткаченко, О. Балакірева, А. Гвелесіані, О. Крикун, О. Позняк, О. Васильєв, Т. Чернова, Л. Григор'єва, Н. Левчук. Питаннями демографічної статистичної оцінки активно займалися О. Белишев, С. Аксьонова, А. Підгорний, З. Пальян, інші. Але, на жаль, незважаючи на здійснювані статистичні оцінки та прогностичний аналіз тенденцій демографічного розвитку до 2050 року, вони носять вельми умовний характер (здебільшого, песимістичний) і не мають багатоальтернативного проектного підґрунтя щодо моделювання розвитку і «проектного виправлення» ситуації. Тому в нашій роботі ставиться наголос саме на необхідності застосування «проектного підходу» в розкритті тенденцій демографічного розвитку та визначення пріоритетів в його подальшому збереженні.

Аналіз сучасних підходів до оцінки демографічних процесів, застосовуваних у вітчизняній демографічній статистиці, представлений на рис. 1. Як можна прослідкувати зі