

Окремо слід виділити завдання з формування інвестиційних програм, проектної пропозиції нового бізнесу з чітким аналізом можливих варіантів розвитку ситуації, визначення форми та умови реалізації проектної пропозиції.

Вагоме місце при формуванні бізнес-плану займає:

прогнозування умов виробництва продукції (надання послуг) підприємствами, що формуються на певній території, отримання ними прибутку, а також фінансових надходжень до бюджету;

визначення показників економічної, соціальної ефективності проектної пропозиції, а також його соціальна та екологічна результативність. Досягнення вказаних результатів можливе при правильній розробці стратегії маркетингової діяльності, при формуванні плану фінансового забезпечення та організації функціонування об'єкта. Для цього визначаються умови, форми, терміни розвитку бізнесу, уточнюються типи комерційних ризиків і умови страхування, готується резюме, подаються основні характеристики, параметри і показники проектної пропозиції, її переваги, можливі доходи, інвестиційні та експлуатаційні витрати, їх структура за джерелами фінансування, розміри і терміни фінансових надходжень до міського бюджету і позабюджетних фондів.

Принципи управління за допомогою бізнес-плану передбачають необхідність врахування у процесі розробки багатьох специфічних факторів, що впливають на зміст бізнес-плану. Серед них можна виокремити такі, як стан зовнішнього середовища підприємства, масштаб бізнесу, характеристики продукції – чи це традиційний, чи інноваційний продукт, джерела фінансування.

Зміст складових частин методології бізнес-планування зводиться до того, що він відображає безперервність розвитку як окремих підприємств, так і економіки загалом.

Отже, специфіка бізнес-плану полягає в тому, що це комплексний документ, який відображає всі основні аспекти підприємницького проекту. У ньому повинно бути розглянуто чимало проблем, які можуть виникнути під час діяльності, визначено способи вирішення цих проблем.

Поза сумнівом, що розробка бізнес-плану – це трудомістка процедура, яка потребує тривалого часу. Водночас ця процедура досить корисна з погляду управління підприємством, адже бізнес-план чітко і детально описує процес функціонування фірми, показує, як її керівники планують досягти мети. Добре розроблений бізнес-план допомагає підприємству зміцнювати, завоювати нові позиції на ринку, сприяє залученню необхідних фінансових ресурсів і відповідає на питання, чи варто взагалі вкладати гроші в цю справу і чи принесе вона прибуток. Бізнес-план допомагає передбачати майбутні проблеми і зрозуміти, чи переборні вони, що потрібно зробити для їх вирішення.

Можна стверджувати, що планування є важливим складником будь-якого бізнесу. Значущість його дуже добре викладена у відомому афоризмі: "Планувати чи бути планованим". Значення вислову полягає в тому, що фірма, яка не вміє або не вважає за потрібне планувати свою діяльність, сама виявляється об'єктом планування, засобом для досягнення чужої мети. Планування – це могутній інструмент, здатний відкрити будь-які двері. Серйозний підхід до планування створює основу для стійкого й ефективного бізнесу.

Ураховуючи все вищевикладене, можна стверджувати, що планування бізнесу – це життєва потреба. Щоб підтвердити необхідність бізнес-планування звернемо увагу на його значущість, визначену так: "Підприємство, яке невдало планує, планує невдачу".

няк, И. В. Давиденко. – М.: Изд. РДЦ, 2003. – 186 с. 4. Бугас Н. В. Фінансова стійкість підприємства як передумова ефективного функціонування і розвитку // Економіка і держава. – 2005. – №6. – С. 27 – 30. 5. Постанова правління НБУ "Методичні рекомендації щодо організації та функціонування системи ризик-менеджменту в банках України" №361 від 02.08.2004 р. // www.nbu.gov.ua 6. Венгер В. Організація управління державними підприємствами: стан і перспективи // Економіка України – 2006. – №3. – С. 26 – 33. 7. Косова Т. Д. Амортизація як інвестиційний ресурс підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – №9. – С. 157 – 164. 8. Верхоглядова Н. І. Оцінка ефективності інвестицій у людський капітал // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. – 2006. – №6. – С. 63 – 66. 9. Пойда-Носик Н. Н. Фінансові ресурси підприємства // Фінанси України – 2003. – №1. – С. 103 – 106. 10. Закон України "Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України" від 23.03.2000 р., // <http://rada.gov.ua>. 11. Хачатурян С. В. Сутність фінансових ресурсів та їх класифікація // Фінанси України – 2003. – №4. – С. 81 – 86.

Стаття надійшла до редакції
13.11.2008 р.

УДК 005.32:331.101.3

Зайцева Т. С.

РОЛЬ ТРУДА В РАЗВИТИИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК МЕХАНИЗМА МОТИВАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА

The article is devoted to the analysis of the influence of standard and type of organization culture on motivation of labour activity and interest of personnel in results of their work. The organization culture is the efficient factor of staff as grounded in the article. For revealing the place of organization culture in motivation process the author of the article investigates "the world of labour" which consists of four aspects of labour.

В рыночных условиях хозяйствования, когда каждое предприятие вынуждено функционировать в условиях конкурентной борьбы и динамично меняющейся внешней среды, значительно возрастает роль поиска внутренних стимулов труда, возникает необходимость глубокого анализа внутренних процессов мотивации труда, управление которыми способствует активизации трудового потенциала. В условиях ограниченности и исчерпаемости природных ресурсов наряду с экономическими факторами повышения конкурентоспособности предприятия усиливается значение оптимизации социокультурных отношений, учитывающих внутренние моменты трудовой деятельности. Одним из внутренних активаторов высокопроизводительной трудовой деятельности является ее мотивация. Как уже было отмечено в работе [1], мотивация является одной из функций управления и функций руководителя в формировании и развитии организационной культуры. Тем не менее в настоящее время немногие предприятия осознают и учитывают возможность использования организационной культуры в качестве одного из действенных и прогрессивных инструментов управления, мотивации и влияния на поведение работников при выполнении ими своих обязанностей. В основном на большинстве отечественных предприятий вся система управления направлена на подчинение ра-

Література: 1. Баринов В. А. Бизнес-планирование: Учебн. пособ. — М.: Форум; ИНФРА-М, 2003. — 368 с. 2. Покропивний С. Ф. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч. посібн. / С. Ф. Покропивний, С. М. Соболев, Г. О. Швиданенко, О. Г. — 2-ге вид., допов. Дерев'яно. — К.: КНЕУ, 2004. — 386 с. 3. Черняк В. З. Бизнес-планирование: Учебн.-практ. пособ. / В. З. Черняк, А. В. Чер-

© Зайцева Т. С., 2008

ботника материально-техническому, производственному процессу, результативность планируемых инвестиций, а не улучшение социальных отношений внутри предприятия и активизацию творческого потенциала работников. Среди авторов, которые занимались вопросами исследования роли организационной культуры в процессе мотивации персонала и факторов, влияющих на развитие культуры предприятия, можно назвать работы Э. Кирхлера, М. Каза, А. Еськова, И. Грошева, А. Бельмаса, Д. С. Лифинцева, В. М. Луговой, Т. В. Худолей, О. Кендюхова.

Целью данного исследования является изучение влияния изменения характера и содержания труда на развитие организационной культуры, выявление взаимосвязи между различными типами организационной культуры и их содействием повышению мотивации трудовой деятельности персонала, а также изучение факторов мотивации, которые выступают как проявление организационной культуры предприятия.

Чтобы эффективно мотивировать работников, необходимо прописать и довести до сведения каждого цели работы предприятия, стремиться к достижению максимально возможного согласования и гармонизации интересов руководства и персонала предприятия, обосновать полезность действий и конкретного поведения, внедрить в корпоративные отношения общие ценности, культурную атрибутику, традиции и обычаи [2], что, в свою очередь, позволит повысить заинтересованность работников в результатах своей деятельности, их доверие к руководству. Все вышеперечисленные требования имеют прямое и непосредственное отношение к организационной культуре и ее структурным элементам. Таким образом, процесс мотивации тесным образом связан с действиями, направленными на формирование и развитие организационной культуры предприятия. Именно организационная культура должна проявить себя в качестве главного мотиватора деятельности работников с целью вскрытия "подземных" источников их креативности. Можно сказать, что в связи со сменой ценностных ориентаций, как в обществе в целом, так и в организациях, в частности, в настоящее время в качестве преобладающих мотиваторов человеческой деятельности выделяются следующие: любимое дело; интересная работа; дружный сплоченный коллектив; свобода деятельности; причастность к результатам деятельности [3]. По мнению автора, в данном списке отсутствует творчество как источник вдохновения. Поэтому важной задачей становится поиск механизмов и инструментов активизации именно творческой деятельности персонала предприятия. Кроме того, о свободе деятельности можно говорить только в рамках поставленных перед работниками задач. Поскольку все эти мотиваторы имеют социально-психологическое происхождение, они напрямую связаны с организационной культурой предприятия. Таким образом, организационная культура определяет и средства вознаграждения, и условия труда, и отношения в коллективе, принятые в данной организации. Организационная культура представляет собой систему ценностей и методов руководства, которые отличают именно это предприятие от всех других. И, в зависимости от того, насколько она является сильной, эффективной, привлекательной для персонала, настолько она и способствует его мотивации, формирует его лояльность. Менеджмент предприятия должен четко определять, какие факторы являются важными для персонала, что именно работники желают получать, выполняя данную работу, и что будет побуждать их работать эффективнее. Все это должно учитываться при формировании или изменении организационной культуры предприятия.

Поскольку на современном этапе общественного развития наблюдается тенденция изменения характера и содержания труда, обусловленного его интеллектуализацией, то чтобы выявить место организационной культуры в мотивационном процессе, рассмотрим понятие "мир труда" (рисунок). Кроме труда, существуют и другие факторы производства. Но во главе всех этих факторов стоит именно труд (не только в сфере производства, но и научный, управленческий труд). И. М. Попова в монографии "Сознание и трудовая

деятельность (ценностные аспекты сознания, вербальное и фактическое поведение в сфере труда)" [4] рассматривает труд как важнейший вид человеческой деятельности, определяющей формирование самых различных качеств личности, проявление и развитие ее способностей. Таким образом, И. М. Попова в качестве определяющей выделяет социокультурную сторону трудовой деятельности. Кроме того, она исследует еще два других компонента содержания труда: технико-организационный и социально-экономический [4]. Р. Т. Зяблюк истинное проявление труда видит в развитии человека и общества, поэтому предлагает включить в анализ мира труда такую его сторону, как интеллектуальный (умственный) труд, что означает повышение роли труда в современном обществе новых знаний и новой информации [5]. М. Каз в статье "Мотивация труда: трансформация структуры теоретико-методологического знания и когнитивно-ценностный подход" рассматривает понятие "мир труда" как взаимодействие трех аспектов: социокультурного, организационно-технологического и управленческого [6]. По мнению автора, данная концепция не раскрывает всего богатства мотивационных процессов мира труда. Если ограничиться тремя сторонами, то не будет видно главного мотиватора труда. Не отвергая предложенный подход к анализу мира труда, автор предлагает, что данный треугольник необходимо расширить и образно дополнить его четвертым углом. Важно включить в содержание мира труда творческий аспект. Нельзя сказать, что этим аспектом содержание мира труда ограничивается. Другие составляющие трудовой деятельности (характер труда, составительность, соревновательность, интеллектуализация труда, объективный закон перемены труда) более подробно будут рассмотрены в дальнейших исследованиях. Кроме того, М. Каз исключает из анализа то, что для процесса труда необходимы средства труда, которые должны кому-то принадлежать, то есть являться чьей-то собственностью. От этого зависит присвоение результатов труда.

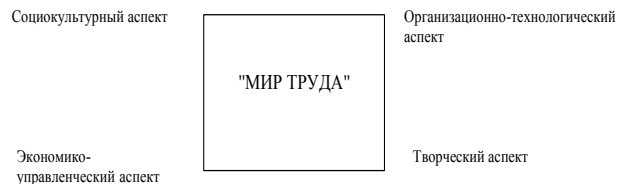


Рис. Четырехаспектный характер мира труда

В связи с этим автор предлагает рассматривать мир труда в качестве взаимодействия четырех аспектов: социокультурного (нормы, принципы, ценности, традиции, представления работников), организационно-технологического (организация трудового процесса на рабочем месте), экономико-управленческого (для осуществления производства необходимы средства труда, которые должны принимать экономическую форму, то есть являться чьей-то собственностью, кроме того, для управления трудовым процессом необходимы методы управления трудом) и творческого аспекта (творческий характер труда). Творчество является неотъемлемым составным элементом труда. Творчество изначально присуще труду. Само по себе возникновение труда, обусловленное стечением обстоятельств, необходимостью выживания, – наивысшее творчество в природе, выдающееся открытие в мире. Творческий характер труда выступает в качестве первейшего проявления социальных отношений. Творчество пронизывает все другие аспекты труда (и организационно-технологический, и экономико-управленческий, и социокультурный). Творчество – механизм, двигатель социального прогресса. Поскольку труд – это деятельность человека, то о том, что творчество является составным элементом труда, свидетельствует определение творчества. Творчество – это деятельность человека, преобразующая природный и социальный мир в соответствии с целями и потребностями человека и человечества на основе объективных законов действительности [7]. Творчество – высшая форма универсально понимаемой

креативности, имманентно присущая всем уровням иерархии бытия; способствует самосохранению и воспроизведению сущего посредством качественных трансформаций их структуры. Творчество человека обусловлено естественным отбором всего жизнеспособного, нового путем перебора большого количества промежуточных вариантов, а также сопряженная с этими процессами критика и имитация всего неудачного [8]. Благодаря накопленному опыту в процессе труда совершенствовались средства труда, создавались новые продукты труда. А это и есть творчество. Только на протяжении многих столетий опыт накапливался медленно, творческая компонента в труде занимала небольшое место. В современном быстро меняющемся мире доля творческой компоненты в труде значительно возрастает. И сегодня соединение физического и умственного труда выступает как единый процесс творческого труда. Новый технологический способ выводит работника из технологического звена, из необходимости быть привязанным к строго одному рабочему месту, выполнять строго одну функцию и обуславливает необходимость такой организации труда, которая заключает в себе выполнение не одной функции, а целую систему операций и блоков организации производства (подготовка, определение зоны деятельности). Таким образом, возникает совершенно иной подход к организации труда, месту работника в производственном процессе и его творческим возможностям. Творчество как аспект труда имеет свойство непрерывности независимо от характера труда, отношений собственности. Если исключить творческий характер труда из мира труда, то получится его одностороннее представление, становится непонятным, откуда рождается само творчество. В связи с этим возникают новые требования к организации и ее культуре. Организационная культура не будет развиваться, если не будет иметь творческой основы, поэтому сама по себе организация должна быть творческой. Поскольку человек является и творцом, и носителем организационной культуры, то чем выше доля творческой составляющей организационной культуры, тем более качественные изменения происходят во всех структурных элементах организационной культуры. На тех предприятиях, где культивируется творческая рабочая атмосфера, поощряется и поддерживается соревновательность, состязательность в труде, преимущество отдается интеллектуальному виду трудовой деятельности, как правило, уделяется внимание развитию персонала, внедрению высокоморальных ценностей, поддержанию социальных норм, а значит развивается организационная культура предприятия, что содействует, в конечном итоге, повышению эффективности деятельности предприятия в целом. Через творческий аспект можно проследить взаимосвязь организационной культуры предприятия с процессом мотивации трудовой деятельности. Как уже отмечалось выше, творчество и соревновательность лежат в основе любой трудовой деятельности. А от того, какие ценности лежат в основе организационной культуры предприятия и какие цели являются важными для предприятия, зависит результативность мотивационного процесса. Если в основе лежат ценности новаторства, творчества, достижения наивысших результатов, ориентация на лучших работников, и к тому же, это не только декларируется, но и поощряется и вознаграждается на практике, то работники будут стремиться к наиболее качественному выполнению своих обязанностей, активно проявлять и развивать свои творческие способности, делиться опытом с новичками, развиваться в личностном и профессиональном плане для достижения наилучших результатов. Что касается объективного закона перемены труда, то каждый работник в отдельности находится в состоянии динамики, постоянных изменений. Изменяются функции труда как отдельного работника, так и общественной комбинации процесса труда совокупной рабочей силы. Сменить профессию, время от времени переходить на другие работы, осваивать смежные специальности – это объективный закон перемены труда. Многократная перемена труда вынуждает работников переучиваться, приобретать новые и новые знания, накапливать опыт и навыки разнообразных видов труда и тем самым обеспечивает их профессиональное и личностное развитие [9], что является основой организационной культуры предприятия. Организационная культура может либо способствовать, либо препятствовать развитию персонала.

В исследованной автором литературе выделяются следующие типы мотивации: материальная, трудовая и статусная мотивация. На современном этапе общественного и экономического развития важным аспектом управления трудовым поведением персонала является определение типа организационной культуры с целью нахождения соответствующей ей системы мотивации труда. Недостаточное внимание к механизму формирования и развития организационной культуры, особенностям поведения и мотивации трудовых ресурсов в рамках того или иного типа организационной культуры, игнорирование необходимости оценки уровня организационной культуры на фоне снижения общей культуры персонала, потери и переоценки трудовых ценностей приводят к негативным последствиям в управлении развитием предприятия. В исследованной автором литературе существует огромное множество типологий организационных культур. Но несмотря на различные признаки, положенные в основу каждой классификации, все типологии определенным образом корреспондируют друг с другом. В данном исследовании для анализа будет использоваться типология организационных культур Камерона – Куинна: иерархическая, рыночная, клановая, эдхократическая (признак классификации – внешняя/внутренняя ориентация и гибкость/стабильность). В табл. 1 представлены стимулы, содействующие активизации творческой составляющей трудовой деятельности в рамках преобладающего типа организационной культуры.

Таблица 1

Стимулы трудовой деятельности, характерные для разных типов организационной культуры

Тип организационной культуры	Стимулы трудовой деятельности
Иерархическая (власть в организации полностью принадлежит руководителям, все подчинено формальным правилам и официальной политике, ориентация на надежность поставок, выполнение плана и снижение расходов)	Материальные стимулы. Согласование целей предприятия с целями сотрудников. Вовлечение сотрудников в совместную деятельность (трудовая, организация праздника, поддержка традиций)
Рыночная (ориентирована на результат и выполнение поставленных задач, организация объединена стремлением победить, главная цель – завоевание рыночной ниши и повышение конкурентоспособности)	Осведомленность о положении организации во внешней среде, стратегии управления. Содействие одобрению выбранного курса всеми сотрудниками. Поощрение конкуренции и соревновательности. Признание заслуг. Организация досуга
Клановая (основывается на преданности и традициях, ориентирована на личность, заботится о потребителях, придает высокое значение сплоченности коллектива)	Содействие постоянному обучению и развитию. Формирование и поддержание благоприятного морально-психологического климата
Эдхократическая (ориентация на творчество и риск, предоставление персоналу полной свободы в выполнении своих обязанностей, главная цель – производство/предоставление уникальных и новых продуктов/услуг)	Видение перспективы. Поощрение инициативы. Материальные стимулы

Приоритетность материальных, трудовых и статусных мотивов для типов организационной культуры в классификации Камерона – Куинна представлена в табл. 2 (1 – наиболее эффективный тип мотивации, 3 – наименее эффективный тип мотивации).

Таблиця 2

Приоритетность материальных, трудовых и статусных мотивов для типов организационной культуры

Тип организации	Иерархическая	Рыночная	Клановая	Эджократическая
Материальная	1	2	3	1
Трудовая	3	3	1	2
Статусная	2	1	2	3

Выполненное исследование представляет собой дальнейшее изучение автором механизма развития организационной культуры и факторов, влияющих на это развитие, а также попытку обобщить результаты анализа роли организационной культуры в процессе мотивации трудовой деятельности персонала на отечественных предприятиях. Эти результаты позволяют, по мнению автора, сделать следующие выводы.

Во-первых, переход к рыночным отношениям, приоритетность вопросов качества продукции и обеспечение ее конкурентоспособности повысили значимость творческого подхода к труду и высокого профессионализма в управлении. Это побуждает искать новые формы управления, развивать потенциальные способности персонала, повышать его квалификационный уровень, обеспечивать высокую мотивацию к трудовому процессу. Представление "мира труда" в качестве взаимодействия четырех аспектов позволяет обосновать огромное значение роли труда в развитии организационной культуры. Изучение творческой составляющей трудовой деятельности чрезвычайно необходимо для повышения уровня организационной культуры.

Во-вторых, анализ стимулов трудовой деятельности, характерных для разных типов организационной культуры и изучение мотивов, преобладающих в организациях с различными типами культур, является действенным инструментом повышения мотивации персонала.

Литература: 1. Зайцева Т. С. Роль руководителя в формировании и развитии организационной культуры предприятия // Коммунальное хозяйство городов. – 2007. – Вып. 78. – Серия: Эконом. науки. – С. 340 – 348. 2. Пестрецова О. Работа и подвиг. Персоналу потрібна справедлива економічна мотивація // Галицькі контракти. – 2004. – №16. – С. 60 – 61. 3. Грошев И. Особенности влияния организационной культуры на эффективность деятельности персонала фирмы // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – №7. – С. 114 – 119. 4. Попова И. М. Сознание и трудовая деятельность (ценностные аспекты сознания, вербальное и фактическое поведение в сфере труда): Монография. – К.; Одесса: Вища школа, 1985. – 187 с. 5. Зяблук Р. Т. Трудовая теория стоимости и полезность. – М.: Экономический факультет, ТЕИС, 2001. – 448 с. 6. Каз М. Мотивация труда: трансформация структуры теоретико-методологического знания и когнитивно-ценностный подход // Вопросы экономики. – 2005. – №12. – С. 82 – 95. 7. Большая советская энциклопедия / Под ред. А. М. Прохорова. – М.: Советская энциклопедия, 1972. – Т. 26. – С. 264. 8. Всемирная энциклопедия: Философия / Гл. ред. и сост. А. А. Грицанов. – М.: АСТ: Современный литератор, 2001. – 1312 с. 9. Григорян Г. М. Собственность: история и современность: Монография. – Харьков: ХГЭУ, 2002. – 188 с.

Стаття надійшла до редакції
23.10.2008 р.

УДК 338.001.36

Богуславський Є. І.
Шибалкіна Ю. С.

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТУ МУЛЬТИПЛІКАТОРА НА РІВНІ ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВА

The article consists of scientific proof of principally new strategy of improving the results of enterprise activity on the overstoked market, which is based on the idea of existing the multiplier of the complementary goods and services.

Тільки вихід на ринок з конкурентоспроможним товаром дає можливість підприємству вижити в умовах перенасиченості ринку. Підприємства, щокладають сили в неконкурентоспроможний товар, приречені на загибель. Тому вони, зазвичай, змушені вести боротьбу за прихильність до них споживача шляхом пропозиції нових продуктів, поліпшення якості вже існуючих, рекламування своїх продуктів, спеціальних заходів щодо просування їх на ринок і т. п.

Сучасні ринки характеризуються надто великою кількістю продавців. З огляду на це передбачається поступове зникнення з ринку дрібних і розширення діяльності великих фірм. Безумовно, що продавці не охочі покидатимуть свої ніші, тож конкуренція може загостритись та набуті інших масштабів та форм [2].

За таких умов перед кожною фірмою постає завдання побудови власної конкурентної стратегії для завоювання кращих умов, отримання більш високих результатів діяльності, ніж її суперники.

Про конкуренцію й конкурентоспроможність товарів написано й опубліковано досить багато наукових праць. Слід виділити три авторитетні центри, що займаються цією проблематикою: Інститут стратегії та конкурентоспроможності при Гарвардському університеті (США), Всесвітній економічний форум (Давос) і Міжнародний інститут менеджменту та розвитку (Лондон) [3]. Дослідження рівня конкурентоспроможності та пошук шляхів її підвищення знайшли відображення в роботах зарубіжних науковців: М. Волинської, С. Гареллі, Д. Зенкіна, М. Портера, Дж. Сакса, А. Селезньова, І. Соловйова, К. Тотьева. Позитивом останніх років є посилення уваги вітчизняних фахівців до аналізу означеної проблеми, зокрема Я. Базиліюка, З. Борисенко, В. Гайдука, Б. Губського, Ю. Іванова, А. Костусева, І. Лошенко, Д. Лук'яненко, Ю. Пахомова, А. Юданова.

Проте слід зазначити, що питання теорії і практики конкуренції в українській науковій думці досліджено не достатньо. Реалії сучасного розвитку актуалізують необхідність відмови від традиційних підходів, пошук нових нетривіальних методів. Епіцентром боротьби між товаровиробниками мають наразі стати такі параметри продукції, як її новизна, якість, надійність, перспективність, відповідність міжнародним стандартам, дизайн, зручність обслуговування та ін.

Метою статті є пошук принципово нових факторів конкурентної переваги та їх наукове обґрунтування.

Новизна одержаних результатів полягає в побудові стратегії зі збільшення обсягів реалізації, що базується на ідеї про існування мультиплікатора комплементарності, який діє при реалізації комплементарних благ, сутність яких, як економічної категорії, значно розширюється, а саме вводяться поняття комплементарних послуг, а також ведучих і ведених комплементарних товарів і послуг.

Завпровадження означеного мультиплікатора в мікроекономіку, економіку підприємства та маркетинг з макроекономіки є кроком вперед у пошук законів, які б діяли на кількох рівнях одночасно.