

За даними Держкомстату рівень зареєстрованого безробіття в Україні на кінець лютого 2011 р. становив 2,2 % населення працездатного віку, а навантаження на 10 вільних робочих місць – 87 чоловік [11]. Однак, за оцінками Інституту економічних досліджень та політичних консультацій, зроблених на базі методології МОП, реальний рівень безробіття в Україні на кінець 2010 р. становив 8,1-8,3 %, тобто 1,9 млн осіб [11]. Водночас експерти стверджують, що наявність тіньового безробіття занижує реальний показник у три – чотири рази [12]. Прийняття нового Податкового кодексу не покращило, а істотно погіршило позиції малого бізнесу. Аналітичні дослідження Світового банку "Податкові платежі – 2011" показали, що за простотою сплати податків Україна перебуває на 181-му місці серед 183-х держав, а за кількістю (135!) податкових платежів та зборів вітчизняних підприємств та громадян до бюджету наша держава – світовий рекордсмен [13].

У загальносвітовому рейтингу якості життя у 2010 р., який щороку у січні публікує ірландський журнал *International Living*, Україна опустилася з 68 на 73 місце [14]. Зниження рейтингу відбулось за рахунок того, що істотно погіршився стан справ в економіці (рейтинг зменшився на 15 балів), у навколишньому середовищі (-31 бал) та інфраструктурі (-13 балів) [15]. За економічним критерієм Україна потрапила до трійки найгірших країн поряд із Зімбабве і Сомалі. Натомість вартість життя в Україні є значно вищою, ніж у США [14].

За рейтингом економічних свобод, який обчислює американська неурядова організація *Heritage Foundation* і органічно пов'язаний із станом прозорості та доброчесності державних інституцій, регуляторної та податкової політики, у 2011 році Україна посіла останнє місце серед європейських держав і одне з останніх місць у світі – 164-е місце серед 179 країн світу [16]. Отже, в Україні на сьогодні значною мірою проявляється дія факторів виштовхування найбільш продуктивних громадян з своєї країни. На тлі позитивного сальдо міграції, що фіксується, починаючи з 2004 р. й до тепер, країну залишають найбільш якісні працівники. За даними представницького соціологічного опитування найвищу мобілізаційну готовність та мотивованість демонструють високоосвічені професіонали, які дуже часто знижують свій потенціал, працюючи на низькокваліфікованих роботах за кордоном [17, с. 37].

Таким чином, Україна у період демографічної кризи втрачатиме найбільш цінні трудові ресурси. Без активної і розумної міграційної політики держави, спрямованої на зменшення дії факторів виштовхування і активне сприяння поверненню мігрантів, ефективне використання міграційного капіталу, поза сумнівом, демографічні деформації вітчизняного ринку праці неминучі.

Література

1. Міграція в Україні: факти і цифри / Міжнародна організація з міграції (МОМ). Представництво в Україні. – Вересень, 2011. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.iom.org.ua>.
2. Зовнішня трудова міграція населення України : обстеж. / Український центр соціальних реформ. Держком. статистики України. – К., 2009. – 120 с.
3. Населення України. Трудова міграція в Україні / Е.М. Лібанова, О.В. Позняк, О.А. Малиновська та ін. / за ред. Е.М. Лібанової. – К. : Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України, 2010. – 233 с.

4. Войтюк О. Трудова міграція українців за кордон і роль міграційного капіталу. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.ukrslovo.org.ua>.
5. Гайдучук А.П. Міграційний капітал в Україні / А.П. Гайдучук // Фінанси України. – 2007. – № 5. – С. 24-37.
6. Brettell C. Migration Theory: Talking Across Disciplines / C. Brettell, J.F. Hollifield. – New York : Routledge, 2007. – 304 p.
7. Кизима І.С. Чинники зовнішньої трудової міграції населення України / І.С. Кизима. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.nbuv.gov.ua>.
8. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави: національна доповідь / за заг. ред. В.М. Гейця та ін. – К. : Вид-во НВЦ НБУВ, 2009. – 687 с.
9. Малиновська О. Міграції в умовах глобальної фінансово-економічної кризи / О. Малиновська // Україна: аспекти праці. – 2010. – № 3. – С. 34-40.
10. Профспілкові вісті. – 10.03.2011. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.psv.org.ua>.
11. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.newsru.ua>.
12. Економічна правда. – 28.04.2011. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.minprom.ua>.
13. Коробейченко Г. Профспілка трудящих мігрантів в Україні та за її межами аналізує податкове законодавство / Г. Коробейченко. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.migrant.org.ua>.
14. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.tyzhen.ua>.
15. Підсумковий моніторинг розвитку соціальної сфери України за 2010 рік // Центр перспективних соціальних досліджень. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.cprg.org.ua>.
16. Маркєєва О. Актуальні проблеми антикорупційної політики України (Аналітична записка) / О. Маркєєва. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.niss.gov.ua>.
17. Бідак В. Міграційні ризики трудових ресурсного забезпечення регіонального ринку інтелектуальної праці / В. Бідак // Україна: аспекти праці. – 2010. – № 2. – С. 35-40.

Ватаманюк М.М. Особенности внешней трудовой миграции населения в Украине в условиях кризиса и выхода из него

Проанализированы масштабы, структура и последствия трудовой миграции в Украине; исследованы основные факторы, углубляющие миграционные процессы в период экономического кризиса и выхода из него.

Ключевые слова: трудовая миграция, теории миграции, факторы трудовой миграции, миграционный капитал.

Vatamaniuk M.M. The features of external labour migration in Ukraine in the period of economic crisis and post crisis years

The scale, structure and consequences of labour migration in Ukraine are analyzed; the main factors, which deepened migration processes in the period of economic crisis and post crisis years, are studied.

Keywords: labor migration, theories of migration, factors of labour migration, migrational capital.

УДК 339.137.2

Магістрант Ю.В. Гаврилюк;

доц. В.М. Чубай, канд. екон. наук – НУ "Львівська політехніка"

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ЯК ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто основні підходи до трактування конкурентної переваги та на їх основі вдосконалено визначення досліджуваного об'єкта. Виділено етапи формування та реалізації конкурентних переваг. Запропоновано критерії оцінювання конкурентних переваг.

Ключові слова: конкурентна перевага, конкурентоспроможність, критерії оцінювання конкурентних переваг, конкурентна стратегія.

Постановка проблеми. Сучасне ринкове економічне середовище, якому властиві високий рівень невизначеності та мінливості, потребує від суб'єкта господарювання якісного управління діяльністю та постійного підвищення конкурентоспроможності своєї продукції, що своєю чергою залежить від здатності формування конкурентних переваг і забезпечення їх розвитку.

Враховуючи підвищення вимогливості споживачів, які шукають необхідний їм товар високої якості за відносно низькими цінами, а також соціально-економічні процеси, які відбуваються в державі та відповідно впливають на рівень життя населення і економіки загалом, виробники змушені здійснювати пошук інших джерел забезпечення конкурентоспроможності своєї продукції, зокрема й завдяки перегляду власних конкурентних переваг. Тому промислові підприємства постали перед необхідністю впровадження нових ринкових стратегій, методів формування товарних асортиментів та ціноутворення. Однак значна кількість вітчизняних суб'єктів підприємницької діяльності ще не цілком усвідомила, що вони працюють на ринку створення і задоволення потреб, а тому в ролі пропозиції тут часто виступає не конкретний промисловий товар чи послуга, а механізм їх продажу та післяпродажний супровід і обслуговування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сьогодні в економічній літературі немає єдиного трактування та узагальненої методики оцінювання конкурентних переваг промислових підприємств, що виявлено після дослідження значної кількості публікацій про складність предмета наукових досліджень, проблеми створення, аналізу та посилення конкурентних переваг.

Аналіз літератури, присвяченої проблемам конкурентоспроможності підприємств, показує, що існує кілька підходів до визначення сутності конкурентних переваг (табл.). Розглянуті трактування доповнюють одне одного, тому що кожен з авторів розглядає конкурентні переваги з різних поглядів. Отже, конкурентна перевага – це відносна категорія, що проявляється в конкурентному середовищі, характеризується здатністю адаптації до умов, що змінюються, певним рівнем стійкості та ефективності, що визначає можливість успішного функціонування підприємства в конкурентному середовищі.

Табл. Підходи до трактування поняття "конкурентна перевага" [8]

Автор, джерело	Визначення терміна "конкурентна перевага"	Особливості визначення
Компаративний підхід (можливість випереджувати своїх конкурентів)		
А. Вовчак [2]	"Характеристики чи властивості, які забезпечують підприємству перевагу над прямими конкурентами"	Занадто загальний характер
Г. Азоєв [1]	"Прояв переваги над конкурентами в різних сферах діяльності підприємства, які можна виміряти економічними показниками (додатковий прибуток, висока рентабельність, ринкова частка, обсяги продажів тощо)"	Деталізовано сфери існування конкурентних переваг та можливість їх вимірювання

Ресурсний підхід		
М. Портер [7]	"Сукупність факторів, що визначають рівень успішності підприємств у конкуренції; продуктивність використання ресурсів"	Визначено як позитивну відмінність у продуктивності використання ресурсів
Б. Карлоф [4]	"Те, на що спрямовано всі стратегії у сфері бізнесу, та які характеризуються численними факторами: ефективним виробництвом, володінням патентами, рекламою, відношенням до споживачів тощо"	Поряд з продуктивністю використання ресурсів виділено фактори, що впливають на формування конкурентних переваг
Ціннісно-компетентнісний підхід		
А. Шегда [9]	"Це висока компетентність підприємства в будь-якій галузі, що надає йому найкращі можливості залучати й зберігати клієнтів"	Компетентність поєднують з результатами створення цінностей для покупців
І. Отенко [6]	"Результат більш ефективного за конкурентів управління процесами формування таких якісних і кількісних властивостей товару, які представляють цінність для покупця"	Більшу увагу приділяють ефективності управління цінними для покупця властивостями товару

Метою дослідження є розроблення етапів формування та критеріїв оцінювання конкурентних переваг промислових підприємств.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможність є наслідком не однієї конкурентної переваги, а їхнього комплексу. Тому будь-яке промислове підприємство, яке бажає втриматися на ринку та досягти успіху, повинно дотримуватися таких принципів, як [5]:

- орієнтація на споживача та оперативне і гнучке реагування виробництва і збуту на зміну ринкової кон'юнктури;
- сегментування ринку та оптимальне позиціонування на ньому;
- проведення ґрунтовного та безперервного маркетингового дослідження ринку, яке дає змогу отримати вичерпні дані про конкурентів, споживачів, нові потенційні канали збуту продукції, зміни на ринку, спричинені діями держави або зрушеннями у світовій економіці тощо;
- орієнтування на довготерміновий результат, яке відображається у залученні та впровадженні інновацій як у сфері виробництва продукції, так і у сфері її збуту і післяпродажного супроводу.

З метою забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств потрібно виділити етапи формування і реалізації конкурентних переваг (рис. 1), що дасть змогу сформувати загальну конкурентну стратегію, визначивши при цьому конкурентні сили у галузі, конкурентну позицію підприємства і діапазон конкуренції.

Враховуючи наведені вище етапи, потрібно також виділити перелік критеріїв, за якими доцільно оцінювати конкурентні переваги (рис. 2). Ділова репутація виступає одним із важливих нематеріальних ресурсів підприємства і є уявленням про нього у суб'єктів зовнішнього середовища за наслідками минулих подій, а також дає змогу отримати довготермінові конкурентні переваги.

На сьогодні за значної динаміки ринкового середовища, пов'язаної зі світовим науково-технічним прогресом, виникає необхідність нарощування зусиль підприємств у галузі організації рекламної діяльності, як одного із істотних факторів успішного просування на ринок виробленої продукції і підвищення конкурентоспроможності [3]. Адже, незважаючи на значне збіль-

шення рекламних витрат в Україні протягом останнього десятиліття, ефективність реклами і маркетингу промислових підприємств залишається невисокою, а отже, потребує подальшого вивчення і вдосконалення.

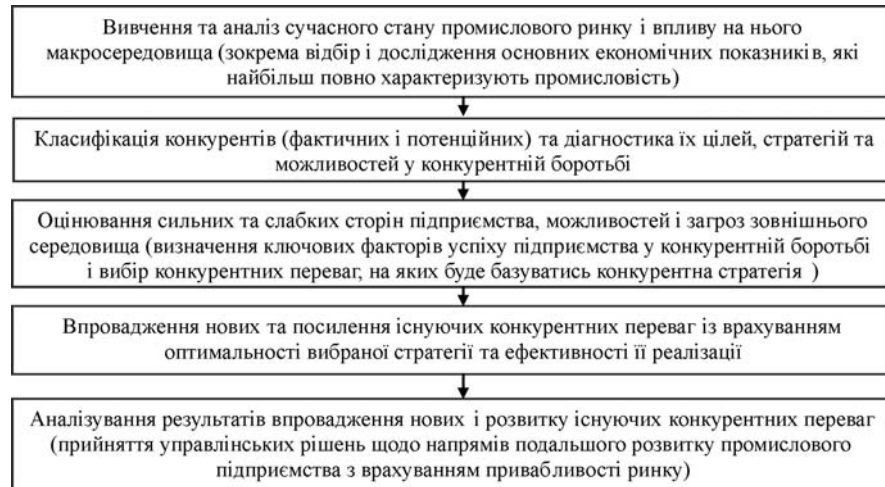


Рис. 1. Етапи формування і реалізації конкурентних переваг промислових підприємств



Рис. 2. Критерії оцінки конкурентних переваг промислових підприємств

Варто зазначити, що на покупця промислової продукції впливає сукупність різноманітних знань і відчуттів, що формують у його свідомості образ бренду. Тому жодного зі шляхів надходження інформації про товар не можна ігнорувати, оскільки це може призвести до негативного ставлення як до товару, так і до підприємства-виробника.

В умовах конкуренції поява інноваційних продуктів відіграє ключову роль під час утримання позицій підприємства на ринку. Промисловий ринок насичений пропозиціями, схожими за ціною і якістю, що змушує виробників акцентувати увагу на випуску інноваційної продукції. Тому важливим для підприємств є використання високотехнологічного обладнання та новітніх технологій. У процесі вибору конкурентної стратегії необхідно враховувати

завдяки чому буде відбуватися формування конкурентних переваг. Зокрема існують альтернативи щодо:

- впровадження нововведень та здійснення виробництва з використанням новітніх технологій;
- розроблення короткотермінової програми збільшення прибутку шляхом зниження витрат;
- підвищення якості продукції та ефективного управління нею;
- створення гнучкої системи управління підприємством, що миттєво реагуватиме на зміни зовнішнього середовища.

Не менш важливою ознакою при аналізі конкурентних переваг є швидкість просування товару на ринок. Враховуючи постійно мінливі запити покупців, технологій і конкурентного середовища, діяльність підприємства безпосередньо залежить від того, наскільки успішно воно розробляє і виводить на ринок нові товари. Підприємство, яке розраховує тривалий час зберігати свій ринок і бути прибутковим, повинно постійно оновлювати свою пропозицію відповідно до запитів уже наявних та потенційних споживачів. Оновлення пропозиції включає різноманітні заходи з розроблення нових та вдосконалення існуючих товарів, розширення асортименту торгових марок або збільшення їх числа тощо. Однак сьогодні не достатньо просто розробити та вивести новий або вдосконалений товар на ринок, необхідно ще й зробити це раніше за своїх конкурентів.

Окрім цього, під час прискорення виведення товару на ринок підприємство може зіштовхнутися з проблемою зниження якості своєї продукції, оскільки за часових обмежень виробництва виникає можливість деяких упущень на етапах конструювання та виготовлення. На основі цього можна зробити висновок, що швидкість виведення товару на ринок нерозривно пов'язана з витратами підприємства, і відповідно з ціною товару з одного боку, і його якістю – з іншого.

Також потрібно відзначити, що основою системи управління конкурентними перевагами є внутрішнє середовище промислового підприємства, яке використовується для їх створення, збереження і розвитку. Параметри внутрішнього середовища (структура, завдання, технологія, персонал тощо) ніколи не можуть розглядатися незалежно один від одного, тому що зміни кожного з них будуть певною мірою впливати на всі інші. Внутрішнє середовище є тією сферою, яка піддається активному регулюванню з боку самого промислового підприємства, тому управління цими факторами є найбільш важливим для забезпечення його стійких конкурентних переваг.

Висновки. Стан і тенденції зростання конкурентоспроможності підприємства значною мірою залежать від ефективного використання його конкурентних переваг, які дають йому змогу адаптуватись до зміни конкурентного середовища, зберегти конкурентний статус і забезпечити вигідну конкурентну позицію на ринку.

Використання виділених нами етапів формування та реалізації конкурентних переваг промислових підприємств дасть змогу здійснювати чіткий їх відбір з урахуванням умов зовнішнього і внутрішнього середовища. Виділені

нами критерії оцінювання конкурентних переваг дадуть змогу сформувати оптимальний їх портфель для ефективної реалізації вибраної конкурентної стратегії, яка є вагомим чинником розвитку підприємств.

Таким чином, можна стверджувати, що в сучасних умовах розвитку промислових підприємств аналіз конкурентних переваг є об'єктивною необхідністю, оскільки в конкурентній боротьбі за ринки збуту продукції виграє той, хто найефективніше використовує результати проведеної аналітичної роботи. Окрім цього, для підвищення конкурентоспроможності як вітчизняної продукції, так і підприємств загалом, необхідно створити в державі сприятливі умови для ведення бізнесу та забезпечити підтримку інноваційної діяльності.

Література

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М. : Изд-во "ОАО" Тип "НОВОСТИ", 2000. – 256 с.
2. Вовчак А.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / А.В. Вовчак, Р.В. Камишніков // Маркетинг в Україні, 2005. – С. 50-53.
3. Голда Н. Особливості формування рекламної стратегії / Н. Голда // Галицький економічний вісник. – Тернопіль : Ін-т наукових і освітніх технологій, 2007. – № 4(15). – С. 75-79.
4. Карлоф Б. Деловая стратегия / Б. Карлоф : пер. с англ. – М. : Изд-во "Экономика", 1991. – 239 с.
5. Небава М.І. Економіка та організація виробничої діяльності підприємства / М.І. Небава, О.О. Адлер, В.О. Козловський, О.Й. Лесько, Ю.В. Мокіна. – Вінниця : Вид-во ВНТУ. – 2010.
6. Отенко І.П. Управління конкурентними перевагами підприємства / І.П. Отенко, С.О. Полтавська. – Харків : Вид-во ХНУ, 2005. – 212 с.
7. Портер М.Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М.Е. Портер : пер. с англ. И. Минервина. – Изд. 2-е. – М. : Изд-во "Альпина Бизнес Букс", 2006. – 452 с.
8. Стеців Л.П. Конкурентні переваги: підходи до трактування та їх відмінності / Л.П. Стеців // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.12. – С. 263-270.
9. Шегда А.В. Основы менеджмента : учебн. пособ. / А.В. Шегда. – К. : Тов. "Знання КОО", 1998. – 512 с.

Гаврилюк Ю.В., Чубай В.Н. Формирование конкурентных преимуществ как основы обеспечения эффективной деятельности промышленных предприятий

Рассмотрены основные подходы к трактовке конкурентного преимущества и на их основе усовершенствовано определение исследуемого объекта. Выделены этапы формирования и реализации конкурентных преимуществ. Предложены критерии оценки конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: конкурентное преимущество, конкурентоспособность, критерии оценки конкурентных преимуществ, конкурентная стратегия.

Gavrylyuk Yu.V., Chubaj V.M. Building competitive advantage as a basis for ensuring the effective activity of industrial enterprises

The main approaches to the interpretation of competitive advantage and improved based on their definition of the object. Highlighted stages of formation and realization of competitive advantages. Proposed criteria for evaluation of competitive advantage.

Keywords: competitive advantage, competitiveness, the criteria for assessing competitive advantages, competitive strategy.

УДК 330.341

Доц. Л.Й. Гнилянська, канд. екон. наук –
НУ "Львівська політехніка"

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Висвітлено суть впровадження інновацій на підприємстві та визначено проблеми, які виникають при цьому на підприємстві. Розглянуто основні аспекти процесу впровадження інновацій на підприємстві в умовах започаткування міжнародної економічної діяльності. Запропоновано шляхи вирішення проблем впровадження інновацій з метою виживання і збереження позицій на споживчих ринках іноземних країн, розширення експортних можливостей; наведено пропозиції щодо ефективного і своєчасного отримання необхідної інформації.

Ключові слова: інновація, інноваційна діяльність, інноваційний процес, ризик.

Постановка проблеми. Досвід економічного розвитку підтверджує, що розширене відтворення здійснюється завдяки інноваціям. Вони сприяють модернізації та структурній перебудові економіки країни, підвищенню її конкурентоспроможності, забезпеченню стійкого економічного зростання, зменшенню безробіття та підвищенню добробуту народу.

Тому і проблеми інновацій завжди привертали увагу багатьох економістів, що відображені в багатьох наукових працях. Разом з тим існує потреба у подальшому дослідженні інновацій, оскільки на сучасному етапі економічного розвитку особливої актуальності набуває проблема обмеженості енергетичних ресурсів, подолання технологічного відставання, економічного забезпечення, – все це вказує на актуальність цієї теми.

Аналіз останніх досліджень і результатів. Останніми роками у вітчизняних та зарубіжних джерелах зростає кількість публікацій стосовно інноваційної діяльності та інноваційної привабливості підприємства. Внесок у розвиток теоретичних положень у галузі інноваційної діяльності здійснено у роботах М. Портера, П. Друкера, Д. Тідда, Д. Бессанта, К. Павітта, Ю. Морозова. У широкому розумінні інновації розглядаються як прибуткове використання ідей, винаходів у вигляді нових продуктів, послуг, організаційно-технічних і соціально-економічних рішень виробничого, фінансового, комерційного характеру [1, 3, 6].

Практичний досвід застосування окремих складових інноваційної діяльності в Україні відображений у роботах вітчизняних авторів, серед яких: А. Пересада [5], О. Лапко, Д. Черваньов, Л. Нейкова [1-7], Н. Чухрай [8].

Постановка цілей. На підставі вивчених теоретичних положень і практичного досвіду в роботі поставлено такі цілі: визначення можливостей і передумов ефективного використання інновацій. Виявлення тенденцій і проблем розвитку інноваційної діяльності в Україні та запропонувати шляхи подолання проблем у впровадженні інновацій.

Виклад основного матеріалу. Сучасний стан переорієнтації вітчизняних підприємств на концепцію інноваційної привабливості зумовлює актуальність і необхідність досвіду дослідження економічної суті інновацій та основ управління інноваційною діяльністю підприємств.

Аналіз літературних джерел [1-8] дав змогу виявити найважливіші, на мою думку, класифікаційні ознаки інновацій та запропонувати свій варіант