

механізмів її здійснення; формування стратегічних цілей інноваційної діяльності; розроблення планів та програм інноваційних проєктів; розроблення організаційно-виробничої структури управління інноваційною діяльністю; планування організації інноваційного процесу; спостереження (контроль) за виконанням етапів, стадій інноваційного процесу в часі та синхронізацією всіх видів діяльності; підготовка відповідного персоналу для здійснення інновацій.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Існує досить велике коло проблем, які перешкоджають здійсненню інноваційної діяльності підприємством та виходу його продукції на закордонний ринок.

Література

1. Лозовский Л.Ш. Универсальный бизнес-словарь / Л.Ш. Лозовский, В.А. Райзберг, А.А. Ратновский. – М. : Изд-во ИНФРА-М, 1997. – 640 с.
2. Слюсаченко О.О. Словник підприємця / О.О. Слюсаченко, Д.Д. Огородніков, В.Л. Наконечний. – К. : Вид-во РВПС України, НАН України, 1999. – 196 с.
3. Мала гірнича енциклопедія. – В 3-х т. / за ред. В.С. Білецького. – Донецьк : Изд-во "Донбас", 2004. – 346 с.
4. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М. : Изд-во "Прогрес", 1982. – 455 с.
5. Антонюк Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації / Л. Антонюк, А. Поручник, В. Савчук. – К. : Изд-во КНЕУ, 2001. – 394 с.
6. Чухрай Н. Інновації і логістика товарів / Н. Чухрай, Р. Патера. – Львів : Вид-во НУ "Львівська політехніка", 2001. – 262 с.
7. Бажал Ю. Інвестиційні ресурси економічного зростання // Стратегія економічного розвитку України. – К., 2000. – 322 с.
8. Лапко О. Інноваційна діяльність в системі державного регулювання / О. Лапко. – К. : Вид-во "Либідь", 1999. – 253 с.
9. Економічна енциклопедія. – Т. 1 / за ред. В. Мочерного. – К.-Тернопіль : Вид-во "Академія народного господарства", 2000. – 864 с.
10. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=836709.

Гнилянская Л.И. Современные проблемы внедрения инноваций и пути их преодоления

Отражена суть внедрения инноваций на предприятии и определены проблемы, которые возникают при этом на предприятии. Рассмотрены основные аспекты процесса внедрения инноваций на предприятии в условиях учреждения международной экономической деятельности. Предложены пути решения проблем внедрения инноваций с целью выживания и сохранения позиций на потребительских рынках иностранных стран, расширения экспортных возможностей; приведены предложения относительно эффективного и своевременного получения необходимой информации.

Ключевые слова: инновация, инновационная деятельность, инновационный процесс, риск.

Gnylyanska L.Yo. Modern problems in introduction of innovations and ways of their overcoming

Clarification of the essence of innovation at the enterprise and the problems that arise at the enterprise. Revealed the basic aspects of the process of innovation in the enterprise in terms of establishing international economic activity. Proposed solutions to the problems of innovation with the aim of the survival and the preservation of products in consumer markets of foreign countries, expansion of export opportunities; Here are suggestions for effective and timely receipt of the necessary information.

Keywords: innovation, innovation, the innovation process, the risk.

УДК 338.1

Доц. С.А. Дращиця, канд. екон. наук –
Хмельницький інститут соціальних технологій

ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗА МЕТОДОМ РАНГІВ

Узагальнено значення та місце конкурентоспроможності підприємства в процесі забезпечення його ефективної діяльності, а також розкрито зміст та здійснено оцінку рівня конкурентоспроможності великоформатних торговельних підприємств міста Хмельницький за ранговим методом.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, вага конкурентних переваг, ранжування.

Постановка проблеми. Ринкові трансформаційні перетворення в системі ведення бізнесу супроводжуються зміною економічного середовища суб'єктів господарювання, формуються нові методи використання ресурсного потенціалу відносно кон'юнктури товарної пропозиції і попиту. При цьому система змін формує конкурентне середовище як сферу відображення адаптаційного механізму економіко-організаційного забезпечення конкурентоспроможності діяльності підприємств. Таким чином, у ринкових відносинах виникнення конкурентного середовища функціонування підприємств – це природне і об'єктивно існуюче явище, що можна розглядати як закон товарного виробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методичним підходам аналізу та оцінки конкурентоспроможності присвячено роботи багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема С.Л. Асаулюка [1], Л.В. Балабанової [2], О.О. Адлера [3], Р.А. Фатхудинова [4], Т.П. Яхно [5].

Дослідження існуючих методик оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства дає змогу визначити їх переваги та недоліки, спрогнозувати сильні сторони та можливі виклики тощо. Якраз на це і спрямовані дослідження вищезазначених вчених. Проте аналіз основних наукових праць в галузі оцінки конкурентоспроможності та сучасного ринкового середовища дають підстави вважати, що описаний перелік методів оцінювання рівня конкурентоспроможності не є вичерпним. Це і визначає актуальність та необхідність нашого дослідження.

Враховуючи, що сьогодні вітчизняні підприємства функціонують у нестабільному конкурентному середовищі, актуальним є дослідження економіко-організаційного забезпечення конкурентоспроможності підприємства (відповідність ознакам забезпечення потреб ринку). Доцільно обґрунтувати механізм інтенсивності конкуренції на ринку в розрізі дослідження якості задоволення потреб споживачів всієї системи суспільного відтворення.

У сучасних умовах ведення бізнесу однією з основних особливостей ринкових відносин є економічна здатність побачити у глобальному масштабі потреби споживача, задовольнити їх у короткий термін і встановити тісний взаємозв'язок. Відзначимо, що оцінка конкурентоспроможності торговельного підприємства проводиться з використанням системи методів, що дає змогу адекватно проаналізувати використання та формування ресурсного потенціалу суб'єкта господарювання, охарактеризувати його ринкові позиції, об'єктивно оцінити його сильні і слабкі сторони функціонування.

Метою дослідження є визначення позицій основних гравців на споживчому ринку міста Хмельницький залежно від їх конкурентних переваг. Досягненню визначеної мети слугуватимуть:

- визначення технології та механізму рейтингової оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств за методом рангів;
- визначення системи критеріїв оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств торгівлі;
- встановлення переліку та ваги їх конкурентних переваг;
- визначення конкурентної позиції досліджуваних торговельних підприємств на ринку міста Хмельницький за методом рангів.

Виклад основного матеріалу. 3-поміж різноманітних методів оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства економічно об'єктивного результату можна досягнути за допомогою індикаторних або матричних методів. Одним з ефективних методів оцінювання рівня конкурентоспроможності є метод рангів, що передбачає шляхом ранжування досягнутих значень визначення ринкової позиції кожного підприємства-конкурента за низкою досліджуваних характеристик. Метод рангів дає змогу ілюструвати важливість впливу обраних ознак оцінки конкурентного середовища підприємства торгівлі відносно усередненого (об'єктивного) можливого результату зміни функціонального взаємозв'язку конкурентних відносин підприємств дослідження.

Для оцінювання рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств ми обрали декілька великоформатних підприємств торгівлі міста Хмельницький (ТзОВ "Принцип", ЗАТ "фірма "Бакалія", ТзОВ "Фоззі-Т", ПП "Фокстрот-Трейд"), що відзначаються наростаючою стабільністю економічних результатів та динамічністю відтворення конкурентних можливостей стратегічного розвитку. Підприємства забезпечують оптові та роздрібні потреби учасників ринку Хмельницької області, співпрацюють у використанні інноваційних моделей розвитку, одночасно стратегічного планують зростання прибутковості й утворюють потужну функціональну конкурентну групу.

Оцінка економічних результатів господарсько-фінансової діяльності цих підприємств торгівлі проведена відносно їх ресурсного забезпечення (результату використання матеріальних, фінансових, трудових ресурсів) та їх взаємозв'язку в обраному періоді. Відтворення ресурсних можливостей торговельного підприємства є ефективним під час цільового формування економіко-організаційної системи конкурентних рішень як інструменту взаємозв'язку (взаємодії) функціонування механізму забезпечення конкурентоспроможності загалом.

Через призму системності (взаємозв'язку) конкурентних переваг найбільш важливими параметрами оцінки конкурентоспроможності торговельного підприємства є: цінова та маркетингова політика (0,30); широта та глибина оновлення асортименту (0,19); швидкість обіговості товарних ресурсів (0,15). Менш важливими конкурентними факторами забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства є: конкурентоспроможність реалізованих товарів (0,13); обсяг та структура товарообігу (0,12); надання передпродажних і післяпродажних послуг (0,11).

Охарактеризувавши економічні показники господарсько-фінансової діяльності досліджуваних підприємств у 2010 р., складено "матрицю конкурентних переваг" (табл.). Відзначимо, що різниця між вагою першої конкурентної переваги й останньої не перевищує 0,15, що свідчить про сучасність цільової орієнтації торговельного підприємства для забезпечення власної конкурентоспроможності – ефективної цінової та маркетингової політики.

Використавши формулу (1), проведено розрахунок рангу кожного торговельного підприємства відносно ваги та величини оцінки конкурентної переваги:

$$r_j = \sum_i k_{ij} \cdot p_i, \quad (1)$$

$$r_{\text{ПП "Фокстрот-Трейд"}} = 3 \cdot 0,3 + 3 \cdot 0,15 + 3 \cdot 0,12 + 1 \cdot 0,19 + 2 \cdot 0,11 + 1 \cdot 0,13 = 2,25;$$

$$r_{\text{ТзОВ "Принцип"}} = 1 \cdot 0,3 + 1 \cdot 0,15 + 1 \cdot 0,12 + 3 \cdot 0,19 + 1 \cdot 0,11 + 2 \cdot 0,13 = 1,51;$$

$$r_{\text{ЗАТ "фірма "Бакалія"}} = 2 \cdot 0,3 + 2 \cdot 0,15 + 2 \cdot 0,12 + 2 \cdot 0,19 + 4 \cdot 0,11 + 3 \cdot 0,13 = 2,35;$$

$$r_{\text{ТзОВ "Фоззі-Т"}} = 4 \cdot 0,3 + 4 \cdot 0,15 + 4 \cdot 0,12 + 4 \cdot 0,19 + 3 \cdot 0,11 + 4 \cdot 0,13 = 3,89;$$

Табл. Конкурентні переваги підприємств торгівлі Хмельницької області

№ з/п	Торговельні підприємства	Конкурентні переваги, k_{ij}						Ранг підприємства, r_j
		цінова та маркетингова політика	швидкість обіговості товарних ресурсів	обсяг та структура товарообігу	широта, глибина оновлення асортименту	надання передпродажних і післяпродажних послуг	конкурентоспроможність реалізованих товарів	
1	ПП "Фокстрот-Трейд"	3	3	3	1	2	1	2,25
2	ТзОВ "Принцип"	1	1	1	3	1	2	1,51
3	ЗАТ "фірма "Бакалія"	2	2	2	2	4	3	2,35
4	ТзОВ "Фоззі-Т"	4	4	4	4	3	4	3,89
Вага конкурентних переваг, p_i		0,30	0,15	0,12	0,19	0,11	0,13	1,00

Для розрахунку широти конкурентного кола (D_r) підприємств торгівлі використано формулу (2) як різницю рангів найбільшого і найменшого значення.

$$D_r = r_{\text{ТзОВ "Фоззі-Т"}} - r_{\text{ТзОВ "Принцип"}} \quad (2)$$

$$D_r = 3,89 - 1,51 = 2,38.$$

Враховуючи, що карта конкурентного середовища поділена на чотири позиційних поля (зона лідера, зона нападу, зона втрачених можливостей, зона аутсайдера), отриманий результат розділено на зазначене число ($2,38 / 4 = 0,595$). Таким чином, відстань між кожним конкурентним полем у формуванні карти конкурентного середовища дорівнює 0,595 одиниць і з наступним його додаванням (нульова позиція – ранг підприємства-лідера) здійснено побудову нового позиційного поля конкурентних відносин (рис.). Відзначимо, що величина найменшого рангу отриманим підприємством під час дослідження відображає лідируючі позиції у конкурентному середовищі.

Місцезнаходження торговельного підприємства в одному з позиційних полів можна вважати результатом функціональної дії економіко-організаційного інструменту забезпечення конкурентоспроможності та стратегічним орієнтиром розвитку (покращення конкурентної позиції і перехід у наступне позиційне поле).

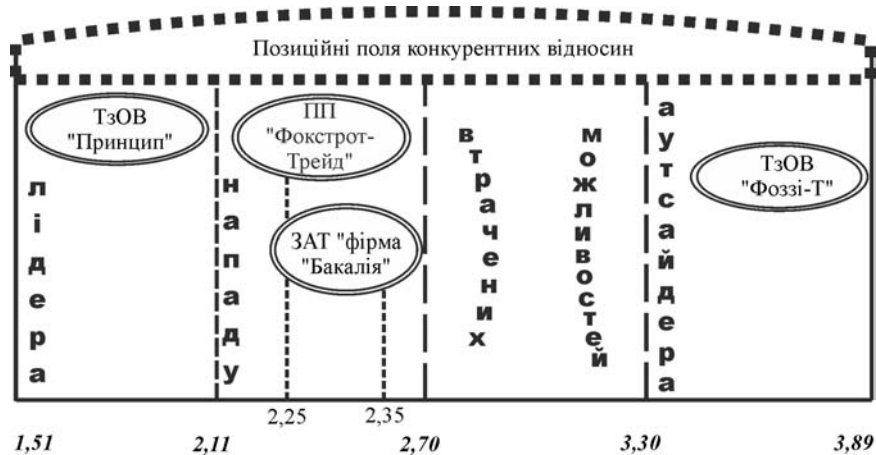


Рис. 1. Карта конкурентного середовища торговельних підприємств

Інтеграційність формування цінової та маркетингової політики торговельним підприємством є узагальнюючим показником ефективності використання ресурсного потенціалу, що забезпечує позицію підприємства (ТзОВ "Принцип") у зоні лідера (досягнення стратегічної мети).

Швидкості обігу товарних ресурсів передбачає врахування раціонального декларування цінової стратегії і можливостей зміцнення конкурентних позицій у зоні нападу та готовність підготовки торговельного підприємства до зміни стратегічної позиції (ТзОВ "Принцип", ЗАТ "фірма Бакалія").

Висновки. Таким чином, ознакою економіко-організаційного забезпечення позиції лідера для торговельного підприємства є наявність та ефективність використання конкурентних переваг: цінова та маркетингова політика; швидкість обіговості товарних ресурсів; ТзОВ "Фоззі-Т" займає позиції аутсайдера, підтвердженням якої є низька організаційність забезпечення конкурентних переваг та нездатність підприємства до їх економічного відтворення.

Зона втрачених можливостей (часткове досягнення поставлених цілей) характеризує підприємство торгівлі як учасника конкурентних відносин, що готове, але нездатне займати лідируючу позицію (учасником зазначеної зони прагне стати ТзОВ "Фоззі-Т").

Література

1. Асаулук С.Л. Економічні важелі впливу держави на розвиток конкуренції / С.Л. Асаулук // Вісник Харківського Національного університету. – 2010. – № 2. – С. 124-129.
2. Балабанова Л.В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємств / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. – К. : ВД "Професіонал", 2006.

3. Адлер О.О. Аналіз конкурентоспроможності продукції за допомогою матричного методу оцінки (на прикладі ВАТ "Укртелеком") / О.О. Адлер, І.В. Охріменко // Вісник Харківського Національного університету. – 2011. – № 3, т. 2. – С. 7-10.

4. Фатхудинов Р.А. Конкурентоспособность : Изд-во "Экономика", стратегия, управление / Р.А. Фатхудинов. – М. : Изд-во ИНФРА-М, 2000. – С. 23-27.

5. Яхно Т.П. Формування конкурентоспроможного ринку міжнародних туристичних послуг в Україні / Т.П. Яхно, В.А. Кавка // Вісник Харківського Національного університету. – 2011. – № 3, т. 2. – С. 156-159.

Дражницья С.А. Определение уровня конкурентоспособности предприятий методом рангов

Обобщена роль и место конкурентоспособности предприятия в процессе обеспечения его эффективной деятельности, а также раскрыто содержание и проведена оценка уровня конкурентоспособности крупноформатных торговых предприятий города Хмельницкий по ранговому методу.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, вес конкурентных преимуществ, ранжировка.

Dragnytsa S.A. Determination of level of competitiveness of the enterprises behind the method of ranks

In the article generalized role and place of competitiveness of enterprise in the process of providing of his effective activity, and also maintenance is exposed and the estimation of level of competitiveness of big-formatting sale enterprises of Khmel'nitskiy city is conducted after a grade method.

Keywords: competitiveness, competitive edges, weight of competitive edges, ranging.

УДК 331.101

Доц. Ю.В. Максимець, канд. екон. наук –
Львівський НУ ім. Івана Франка

МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ В СИСТЕМІ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН У СУЧАСНИХ УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Розглянуто підходи до аналізу мотивації праці. Розкрито моделі механізму здійснення мотивації праці. Обґрунтовано особливості мотивації праці в умовах перехідного періоду. Досліджено особливості розгортання процесу мотивації залежно від типу господарської системи. Проаналізовано мотиваційну функцію трудових відносин у сучасних умовах.

Ключові слова: трудова мотивація, стимулювання праці, мотивація праці, трудові відносини, мотиваційні відносини, мотиваційна модель.

Постановка проблеми. Важливе місце у системі трудових відносин займає мотивація праці персоналу. Мотивація – причина, яка спонукає економічного суб'єкта до діяльності для досягнення певної мети, інтерес до цієї діяльності та способів її реалізації. З одного боку, – це спонукання, нав'язане ззовні, з іншого – це самоспонукування.

Мотивація (франц. – *motif*, лат. – *motivo*) – свідоме спонукання до дії для задоволення тієї чи іншої потреби людини. Виникаючи на основі потреби людини, мотивація обґрунтовує вольову дію, відображає ставлення людини до потреб суспільства [3, с. 384]. У "Філософській енциклопедії" мотивацію розглядають спонуканням до діяльності, пов'язаною зі задоволенням певних потреб [16, с. 509].