

ISSN 1561-6908

Економіка: проблеми теорії та практики

Збірник наукових праць

Випуск 227

Том II

Дніпропетровський національний університет

Економіка: проблеми теорії та практики

Збірник наукових праць

Випуск 227

Том II

ДНУ
Дніпропетровськ
2007

УДК 336
ББК 65.01
Е 45

Друкується відповідно до постанови Вченої Ради
Дніпропетровського національного університету

Головний редактор:

д-р екон. наук, проф. *Анатолій Антонович Покотілов.*

Редакційна колегія:

д-р фіз.-мат. наук *С. О. Смірнов*, д-р екон. наук *В. А. Ткаченко*,
д-р техн. наук *О. М. Марюта*, д-р екон. наук *Г. М. Биков*, д-р екон. наук *Л. В. Попкова*,
д-р екон. наук *О. В. Ковальов*, д-р екон. наук *Я. Г. Берсуцький*,
д-р техн. наук *Ю. Д. Морозов*, д-р екон. наук *Г. О. Крамаренко*,
д-р екон. наук *О. С. Галушко*, д-р техн. наук *Р. Б. Тян*, д-р екон. наук *В. В. Дорофієнко*,
д-р екон. наук *О. Й. Шевцова*, д-р наук з державного управління *М. Х. Корецький*

Рецензенти:

д-р екон. наук, проф. Дніпропетровського національного університету
І. Л. Сазонець;
д-р екон. наук, проф. Дніпропетровської державної медичної академії
А. В. Батура.

Е 45 **Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць.** —
Випуск 227: В 3 т. — Т. II. — Дніпропетровськ: ДНУ, 2007. — 312 с.

ISBN 978-966-8736-04-9

У збірнику аналізуються актуальні проблеми економіки.
Для студентів, аспірантів та викладачів вузів.

УДК 336
ББК 65.01

ISBN 978-966-8736-04-9

© Колектив авторів, 2007

Випуск 227

Економіка: проблеми теорії та практики

ЗМІСТ

Том I

Турило А.М., Мурміль Г.О. АНАЛІЗ ІСНУЮЧИХ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	11
Ионин Д.Е. ПРИМЕР ПРАКТИЧЕСКОГО ПРИМЕНЕНИЯ МОДЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ В УПРАВЛЕНИИ СТРАХОВОЙ КОМПАНИЕЙ	16
Буренко Ю. А. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ В ИХ ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ	29
Черкаський І.Б. ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ В СТРАХОВИЙ БІЗНЕС	35
Головко С.І. ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ ЧИННИКІВ УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЯМИ З ДЕРЖАВНОЮ ЧАСТКОЮ ВЛАСНОСТІ	41
Михальчук Л.В., Колесник О.А., Кривошей Т.Ю. ВЛИВ ФАКТОРІВ НА АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ	48
Фесун М.Н. ПУТИ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ И МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ	55
Циганок О.Є. НЕГАТИВНІ І ПОЗИТИВНІ ФАКТОРИ ТРУДОВИХ ВИТРАТ ЯК СТОРОНИ ВЛАСТИВОСТЕЙ	65
Гресік І. В. АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ РІВНОВАГИ ПІДПРИЄМСТВА ТА РЕЗЕРВИ ЇЇ ПОЛІПШЕННЯ	79
Олексів Н.Й. ЗОВНІШНІ І ВНУТРІШНІ ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ПРОМИСЛОВО-ФІНАНСОВИХ ОБ'ЄДНАНЬ	86
Дорога О.О. АНАЛІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА МАТЕРІАЛЬНИМИ ЗАПАСАМИ	95
Кравченко С.А. МОДЕЛИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ РЫНОЧНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	102
Смокви́на Г.А. ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДОЛОГІЇ ДОСЛІДЖЕННЯ Й ОЦІНКИ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНОЮ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ	110

Львіна С.Б., Черепніна В.М. РОЗРОБКА СЦЕНАРІЇВ ДІЯЛЬНОСТІ КОРПОРАЦІЙ В УМОВАХ ЗМІННОГО МАКРОЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА	120
Куранда Л.А. ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ АПК НА РЕГІОНАЛЬНОМУ УРОВНІ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ	129
Распопова Ю.О. АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ РОЗВИТКУ СТАЛЕПЛАВИЛЬНОГО ВИРОБНИЦТВА ТА МЕТОДІВ ОЦІНЮВАННЯ І СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ДО ВИПУСКУ ЯКІСНОЇ ПРОДУКЦІЇ	134
Шербак В.Г. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НАДАННЯ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ	143
Зорін Г.Г. ОСНОВНІ НАПРЯМИ РІВНЯ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ	152
Смолінська О.Є. ЕТНОГРАФІЧНИЙ МЕТОД ВИВЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ	159
Герасимова О.Л. АНАЛІЗ ДІЮЮЩИХ БАЗ НАЧИСЛЕННЯ ОБЩЕПРОИЗВОДСТВЕННЫХ РАСХОДОВ В ОТЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ПРАКТИКЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ	169
Більовський К.Е. КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІДКРИТОЇ ЕКОНОМІКИ	175
Краснокутська В.О., Подчесова В.Ю. ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА БУНДЕСБАНКУ НІМЕЧЧИНИ ТА НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ	185
Имашев Г.И. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПОЛИТЕХНИЧЕСКОГО ОБУЧЕНИЯ	190
Зоря О.П. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ У ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	197
Даниленко В.І. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СИРОВИННИХ РИНКІВ ОВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	202
Горбатюк К.В. НЕЧІТКЕ МОДЕЛЮВАННЯ ВИКОРИСТОВУВАНИХ У НОРМУВАННІ ПРАЦІ ПОКАЗНИКІВ	208
Дітковська М.Ю. МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМИ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ (СІАЗ) ОРГАНІВ УПРАВЛІННЯ ОБЛАСТІ	219
Анісімова О.Ю. ВПЛИВ ДЕМОГРАФІЧНОГО ЧИННИКА НА ПЛАТІЖНИЙ БАЛАНС	228

Лукьянова С. А. ВЛИЯНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ФАКТОРОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ МОТИВАЦИОННЫХ МЕХАНИЗМОВ УПРАВЛЕНИЯ	236
Волюшина Е.А., Хижняк А.А. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ИНСТИТУТОВ СОВМЕСТНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ В УКРАИНЕ	245
Косач І.А., Михайловська О.В. ЗНАХОДЖЕННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ ІНВЕСТИВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ЗА ДОПОМОГОЮ ТЕОРІЇ СТАТИСТИЧНИХ ПОР	252
Лагоцька Н. МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ	258
Юрчишена Л. В. ДЕЯКІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	266
Горошко В.І., Лобач І.І., Найда В.Г. РОЗВИТОК ФОДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ ТА ОЦІНКА ЙОГО ПРИВАБЛИВОСТІ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИРІВ	273
Филимонова Е. Л. ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ ИНСТИТУТА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ	280
Івашина О.Ф., Івашина С.Ю. ІНСТИТУЦІОНАЛЬНА СТРУКТУРА ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ НАГРОМАДЖЕННЯ КАПІТАЛУ	291
Озаріна О.В., Пісна В.В. ДЖЕРЕЛА ПОКРИТТЯ ДЕФИЦИТУ БЮДЖЕТУ	297

Том II

Arnold Pabian INTERACTIVE MARKETING - INNOVATIVE ACTION ON EUROPEAN MARKETS	307
Панасенко О.В. МОДЕЛЬ ОЦІНКИ СХИЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ДО БАНКРУТСТВА	315
Ткачук Л. М., Міронова Ю. В., Романець І.В. ОСОБЛИВОСТІ АВТОМАТИЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ	326
Штангрет А.М., Шляхетно В.В., Волович О.Б. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	332
Світлична В.Ю. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК І ЛОГІСТИКА – ВПЛИВ НА СИНЕРГЕТИЧНУ МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ	340
Тумакова О.О., Чуприн К.С. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ДОМОГОСПОДАРСТВ В УМОВАХ ІНСТИТУЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ	346

Смирнов А.В., Ревега Д.В. МЕТОДИКА ВЫБОРА ИНДИКАТОРОВ ТЕХНИЧЕСКОГО АНАЛИЗА РЫНКОВ ДЛЯ ПОСЛЕДУЮЩЕГО ИХ ОБЪЕДИНЕНИЯ	352
Каличава Т.Б., Банькова Е.В. КЛАСИФІКАЦІЯ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА ВУГІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ	359
Чёрная О.А., Санин А.Ф. ВЫБОР СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ПРЕДПРИЯТИЙ КОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК	366
Варич Ю. М. СТАН ТА ПРИОРИТЕТИ ІНФОРМАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ СВІТОВОГО ДОСВІДУ	372
Лебеденко О.В. ЗЕМЛЕОЦІНКА В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ	380
Яковенко О.Г., Дунайчук А.Л. РИЗИКИ В ДІЯЛЬНОСТІ ІНТЕГРОВАНІХ КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР	385
Лебеденко С.А., Носов Д.А. ОСНОВНЫЕ СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА РОЗНИЧНОЇ ТОРГОВЛІ ПРОДОВОЛЬСТВЕННИМИ ТОВАРАМИ	392
Комар Н.В. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЇ ПОДОЛАННЯ БІДНОСТІ В УКРАЇНІ З ВРАХУВАННЯМ ВИМОГ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ТЕНДЕНЦІЙ	401
Камінська М.Б. КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЕКОЛОГОБЕЗПЕЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	410
Дедовцев И.В., Желябин В.А. ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КОММУНАЛЬНОЙ НЕДВИЖИМОСТЬЮ ГОРОДА	415
Гордеева-Герасимова Л. Ю. УДОСКОНАЛЕННЯ МІЖБЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ У СУЧАСНИХ УМОВАХ	423
Полозова Т.В., Сахненко И.В. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ КАК ОДИН ИЗ ИСТОЧНИКОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	432
Лапко А. Г., Пашенко О.В. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ	438
Ворона Е.В. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПЛАНОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ВНУТРИХОЗЯЙСТВЕННОГО РАСЧЕТА	442
Ткачук І.А. РЕАЛЬНА ТА СПРИЙНЯТА ЯКІСТЬ ТОВАРІВ: СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИКА ОЦІНКИ КОЕФІЦІЕНТУ ЇХ ЗБИГУ	457

Казюк Я. М. РОЛЬ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ ТА МІЖБЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН В СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ	462
Хапер М.В., Карпенко А.В. НАПРЯМИ ЕКОНОМІЇ ВИТРАТ НА ПАЛИВО ТА ЕНЕРГІЮ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	469
Пакулін С.Л., Топчій О.О. РОЗВИТОК КОНЦЕПЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	478
Пакулін С.Л., Кірдіна О.Г. ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМИ РЕГІОНАЛЬНОГО НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО РОЗВИТКУ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ І РЕГІОНУ	484
Пілова Д.П. ВИЗНАЧЕННЯ МОДЕЛІ РОЗПОДІЛУ КОШТІВ ЯК ШЛЯХУ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	490
Паршина Е.А. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВА НОВОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОЙ ПРОДУКЦИИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	499
Гисдова О. О. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ МАКРОЕКОНОМІЧНИМИ ПОКАЗНИКАМИ ТА ДОХОДАМИ І ВИТРАТАМИ ЗВЕДЕНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ	506
Куляков Ю. С., Свір Н. В. ВИЯВЛЕННЯ ДОХІДНОСТІ ФАКТОРИНГОВИХ ПОСЛУГ	513
Булбук Н.М. СПЕЦИФІКА ПОЗИЦІЮВАННЯ РЕКЛАМНИХ АГЕНТСТВ В УКРАЇНІ	520
Fabian Zielonka THE SOURCES OF INFORMATION USED WHILE VERIFYING FINANCIAL FORECASTS OF BORROWERS	527
Зима Ю.П. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК БЮДЖЕТНОГО ФІНАНСУВАННЯ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	542
Волошанюк Н.В., Опанасенко М. Ю. ДЕЯКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	549
Зеліско Н. Б. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ І ВДОСКОНАЛЕННЯ КОРМОВОЇ БАЗИ В УКРАЇНІ	555
Карабаза І. А. АНАЛІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕНОСТІ ВИРОБНИЧИМИ ЗАПАСАМИ ПРИНЧОЗБАГАЧУВАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	561
Харіна К. В. ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ІНФОРМАЦІЇ	566

К.э.н. Полозова Т.В., Сахненко И.В.

Харьковский национальный университет радиозлектроники

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ КАК ОДИН ИЗ ИСТОЧНИКОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В качестве одного из подходов к оценке уровня конкурентоспособности предприятия предлагается подход позволяющий осуществить сравнительную оценку предприятий по показателю инновационной активности. Данный показатель является одним из звеньев в цепочке к оценке конкурентоспособности, входящий в состав стратегического позиционирования (создание выгодной и уникальной, отличающейся от конкурентов позиции, предопределенной сочетанием видов деятельности, не похожих на виды деятельности конкурентов). В свою очередь стратегическое позиционирование является источником конкурентоспособности предприятия.

Поэтому особую актуальность приобретает создание теоретических и практических рекомендаций к определению инновационной активности предприятия. Предложенный подход позволит оценить уровень инновационной активности исследуемого предприятия по сравнению с предприятиями-конкурентами.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятий, стратегическое позиционирование, рыночная адаптация, инновационная активность.

I. Введение. Конкурентоспособность предприятия формируется под воздействием множества факторов внутренней и внешней среды влияющих на аспекты эффективного функционирования хозяйствующего субъекта, и является сложным интегральным показателем.

К факторам внешней среды деятельности предприятия можно отнести: ресурсы, потребителей, конкурентов, поставщиков, законодательство, социальные, политические, и другие факторы, влияющие на процессы внутренней среды хозяйствующего субъекта, на его стратегическое позиционирование. К факторам внутренней среды предприятия: производственные возможности, технологические навыки, финансовое состояние и др. Факторы внешней и внутренней среды, влияющие на эффективную деятельность предприятия, рыночную позицию хозяйствующего субъекта и его конкурентоспособность тесно взаимосвязаны и взаимодействуют между собой, вытекающая одна из другой.

Рыночная позиция предприятия представляет собой сферу хозяйствен-

© Полозова Т.В., Сахненко И.В., 2007

ной деятельности предприятия, направленная на определенную группу потребителей, которая позволяет занять определенное положение хозяйствующего субъекта на рынке. Понятие рыночной позиции предприятия находится в тесном диалектическом единстве со стратегическим позиционированием и конкурентной позицией предприятия [1- 4].

Г. Азоев под конкурентной позицией понимает положение предприятия на отраслевом рынке и отождествляет его с величиной рыночной доли того или иного предприятия [4].

Позиционирование – это процесс определения позиции предприятия в конкурентной среде, которая не всегда бывает лучшей [5]. Цель позиционирования – поиск таких рыночных позиций и конкурентных стратегий для предприятия, которые будут выгодно отличать его от предприятий-конкурентов.

По М.Портеру стратегическое позиционирование означает осуществление отличных от конкурентов видов деятельности или выполнение схожей деятельности, но другими путями [6, 7].

II. Постановка задачи. Исходя из актуальности проблемы и степени ее научной разработки, целью данной работы является обобщение существующих подходов к определению стратегического позиционирования предприятия и разработка теоретических рекомендаций по оценке инновационной активности предприятия как составляющей стратегического позиционирования.

III. Результаты. Таким образом, в данной работе рассматривается стратегическое позиционирование как один из источников конкурентоспособности предприятия. Понятие стратегического позиционирования предлагается в исследовании использовать в следующей формулировке: «стратегическое позиционирование – это создание уникальной и выгодной, отличной от конкурентов позиции, предопределенной сочетанием видов деятельности, не похожих на виды деятельности конкурентов».

Стратегическое позиционирование ориентировано на формирование конкурентных позиций хозяйствующего субъекта различными путями. Экономически целесообразна та ситуация, когда предприятие имеет возможность производить товары или оказывать услуги, сочетая всевозможные виды деятельности, следовательно, тем самым удовлетворять большую часть или все потребности отдельных групп потребителей [5, 6].

Данный источник конкурентоспособности предприятия частично фор-

мирует ее уровень и позволит в дальнейшем управлять конкурентоспособностью хозяйствующего субъекта.

В работе предлагается рассматривать стратегическое позиционирование с позиции двух ключевых составляющих (рис.1).



Рис. 1. Структурно-логическая схема составляющих стратегического позиционирования

Первая из них отражает отношение хозяйствующего субъекта с внешней средой и способность его приспосабливаться в этой среде и гибко реагировать предприятию на окружающие изменения – рыночная адаптация. Второй составляющей является инновационная активность, с помощью которой обеспечивается внедрение новшеств во все сферы деятельности предприятия. Данная составляющая является успехом в конкурентной борьбе хозяйствующего субъекта.

Рыночная адаптация предполагает умение хозяйствующего субъекта быстро реализовывать поставленные перед ним задачи, такие как, продажа товаров и оказание услуг с учетом определенного потребителя, индивидуальные потребности покупателей и возможностей выбирать из множества конкурирующих на рынке предприятий исходя из своих предпочтений.

В данной обстановке предпочтительнее считаются хозяйствующие

субъекты которые могут в кратчайшие сроки освоить производство разнообразных товаров того же класса, как у соперников – конкурентов, и в то же время предлагать потребителям новые товары и услуги, учитывая обстановку на рынке и включая во внимание потребности покупателей более высокого уровня.

Активная инновационная деятельность современного предприятия затрагивает финансовую, производственную, научно-исследовательскую и другие стороны функционирования хозяйствующего субъекта. Предприятия должны регулярно выделять и направлять ресурсы на осуществление инновационной деятельности, для постоянного совершенствования производства. Систематическое наличие таких ресурсов и их эффективное использование приведет к стремительному экономическому росту и устойчивой позиции предприятия в жесткой конкурентной борьбе [2].

Поэтому особую актуальность при оценке конкурентоспособности предприятия приобретает аспект определения его инновационной активности.

Показатель инновационной активности рассчитывается как отношение уровня инновационной активности исследуемого предприятия к уровню инновационной активности совокупности предприятий, составляющих выборку:

$$P_{ин} = \frac{I_{ак}}{I'_{ак}} \quad (1)$$

где $P_{ин}$ – показатель инновационной активности;

$I_{ак}$ – уровень инновационной активности исследуемого предприятия (хозяйствующего субъекта);

$I'_{ак}$ – уровень инновационной активности совокупности предприятий, составляющих выборку.

Уровень инновационной активности исследуемого предприятия определяется как отношение доли инновационных затрат в общем объеме производственных затрат предприятия в отчетном периоде, к доле инновационных затрат в общем объеме производственных затрат в предыдущем периоде:

$$I_{ак} = \frac{z_n}{z} \cdot \frac{z_m}{z_o} \quad (2)$$

где $I'_{\text{ск}}$ – степень инновационной активности исследуемого предприятия;

$3'_{\text{и}}, 3'_{\text{м}}$ – инновационные затраты предприятия в отчетном и предыдущем периодах соответственно;

$3', 3'_o$ – общие производственные затраты предприятия в отчетном и предыдущем периодах соответственно.

Уровень инновационной активности совокупности предприятий, составляющих выборку, рассчитывается следующим образом:

$$I'_{\text{ск}} = \frac{3'_{\text{и}}}{3'} \cdot \frac{3'_{\text{м}}}{3'_o} \quad (3)$$

где $I'_{\text{ск}}$ – уровень инновационной активности совокупности предприятий, составляющих выборку;

$3'_{\text{и}}, 3'_{\text{м}}$ – суммарные инновационные затраты совокупности предприятий, составляющих выборку, в отчетном и предыдущем периодах соответственно;

$3', 3'_o$ – совокупные производственные затраты предприятий, составляющих выборку в отчетном и предыдущем периодах соответственно.

Предложенный подход позволит оценить уровень инновационной активности исследуемого предприятия по сравнению с предприятиями-конкурентами.

IV. Выводы. В результате проведенных исследований можно сделать вывод о том, что стратегическое позиционирование можно рассматривать как создание уникальной и выгодной, отличной от конкурентов позиции, предопределенной сочетанием видов деятельности, не похожих на виды деятельности конкурентов. Предложенный подход позволит осуществить сравнительную оценку предприятий по показателю инновационной активности, который является одной из составляющих стратегического позиционирования.

Перспективой дальнейших исследований является теоретическое обоснование и разработка подхода к определению другой составляющей стратегического позиционирования – рыночной адаптации.

Литература:

1. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. – 3-е изд., испр. и доп. – М., 2001. – 304 с.

2. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2005. – 448 с.

3. Сумець О.М., Сомова О.С., Пеліхов Є.Ф. Оцінка конкурентоспроможності сучасного промислового підприємства: Навч.-практ. посібник. – К.: Професіонал, 2007. – 208 с.

4. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.

5. Формирование конкурентной позиции предприятия в условиях кризиса: Монография. – Х.: ИД «ИНЖЭК», 2007. – 376 с.

6. Портер М. Е. Конкуренция: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.

7. Должанский І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.

Видається з квітня 1996 р., виходить раз на місяць
Свідомство про державну реєстрацію друкованого засобу
масової інформації КВ
№ 3354 від 10 липня 1998 р.

Відповідальний редактор *С. В. Єкімов*
Комп'ютерна верстка *Т. В. Карпенко*

Здано до друку 07.05.07. Підписано до друку 14.05.07.

Формат 60×84 $\frac{1}{16}$. Спосіб друку – ризограф.

Ум. друк. арк. 20,0. Тираж 300 прим.

Видавництво “Наука і освіта”

Свідомство про внесення до Держресстру ДК № 919 від 21.05.2002 р.

м. Дніпропетровськ, вул. Бердянська, 616

тел (056) 370-13-13, (0562) 35-78-19, 34-29-61