

УДК 339.137.2

Ю.С. ВЫХОДЕЦ, К.В. ЛИСУНОВ

*Национальный аэрокосмический университет
им. Н.Е. Жуковского «ХАИ», Украина*

ОЦЕНКА МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В данной статье предлагается рассмотреть метод интегральной оценки конкурентоспособности предприятия-участника внешнеэкономической деятельности, в основе которого лежит расчет, отражающий значения комплекса оценочных параметров, скорректированных в соответствии с их весомостью, определенной экспертным путем. Практическая значимость работы заключается в том, что основные положения и результаты, представленные в ней, могут использоваться при комплексном решении проблем, связанных с обеспечением эффективного управления предприятием в условиях конкуренции на международном рынке.

Ключевые слова: конкуренция, международная конкурентоспособность, конкурентная среда, конкурентные преимущества, интегральный показатель, оценка конкурентоспособности.

Постановка проблемы

Конкуренция является одним из важнейших факторов развития, как отдельных предприятий, так и национальной экономики в целом. В процессе развития научно-технического прогресса происходит постоянное совершенствование средств и методов производства и информационных технологий, что, в свою очередь, приводит к ужесточению конкуренции между производителями за лучшие условия функционирования и ограниченный потребительский спрос на их товары и услуги. В этих условиях обеспечение жизнеспособности и успешного функционирования предприятий напрямую связано с необходимостью решения задач повышения уровня их конкурентоспособности. Поэтому актуальными являются во-

просы, связанные с оценкой уровня конкурентоспособности предприятий и разработкой путей его повышения.

Особого внимания заслуживает проблема оценки конкурентоспособности современных коммерческих предприятий, функционирующих на международном рынке.

Международная конкурентоспособность – это способность предприятия эффективно функционировать на внешнем рынке, а также возможность ведения эффективной финансово-хозяйственной, внешнеэкономической деятельности и достижения лидирующих позиций в условиях конкурентной среды.

Конкурентное положение предприятия представляет собой сформированную ресурсную структуру предприятия (технические, технологические, кадровые, интеллектуальные, информационные, финансовые ресурсы, ресурсы организационной структуры системы управления, предпринимательская способность и др.), благодаря которой данный субъект хозяйствования способен достичь желаемого уровня конкурентных преимуществ, занять конкурентные позиции, определенные поставленными стратегическими целями [1].

Исходя из этого можно определить, что ключевыми аспектами обеспечения конкурентоспособности предприятия являются следующие: производственный, маркетинговый, финансовый, инновационный, кадровый, организационно-культурный и управленческий.

Большинство методик оценки конкурентоспособности основываются на комплексном подходе при анализе исследуемого объекта. Однако в зависимости от сферы деятельности предприятия, функционального типа и формы собственности, а также целей проводимого исследования набор оценочных параметров может меняться.

Таким образом, целью исследования является разработка метода интегральной оценки конкурентоспособности предприятия, учитывающего весь комплекс оценочных параметров.

Анализ последних исследований и публикаций

Единого и универсального подхода к оценке конкурентоспособности, в том числе и на международных рынках товаров (работ, услуг) не суще-

ствуєт. Некоторые авторы придерживаются структурного подхода при оценке конкурентоспособности предприятия, основанного на анализе сферы функционирования предприятия, сложившейся конкурентной ситуации; измерении уровня концентрации рынка и определении доли данного предприятия по объему производства или выручке от реализации продукции [2].

Другие же придерживаются функционального подхода, в соответствии с которым оценка производится на основе расчета основных экономических показателей деятельности предприятия, что позволяет сформулировать выводы о конкурентоспособности предприятия и отрасли в целом [3].

Третьи придерживаются мнения, что матричные подходы к оценке конкурентоспособности предприятия являются наиболее эффективными, поскольку учитывают особенности функционирования предприятия в целом (стадии его жизненного цикла и цикла основных экспортных товаров), а также привлекательность отрасли и уровень ее развития, значимость для национального хозяйства с точки зрения приоритетности для развития, основанной на получении экономического или социального выигрыша [4].

Изложение основного материала

Проблема повышения уровня международной конкурентоспособности отечественных предприятий в условиях выхода на зарубежные рынки связана с разработкой системы управления международной конкурентоспособностью.

Управление международной конкурентоспособностью предприятия означает применение определенного комплекса мер, направленных на преодоление негативных последствий конкуренции и достижение необходимого уровня конкурентоспособности на международном рынке. Следует отметить, что основной целью управления международной конкурентоспособностью предприятия является обеспечение постоянного функционирования предприятия при любых экономических, политических, социальных условиях на внешнем рынке [1].

Процесс управления международной конкурентоспособностью предприятия включает следующие этапы [4]:

1. Мониторинг конкурентной среды международного рынка.

Данный этап предусматривает исследование основных факторов внешнего рынка с целью определения возможностей и угроз предприятия, степени интенсивности конкуренции на внешнем рынке, уровня «входного барьера».

2. Оценка конкурентоспособности предприятия, его продукции и основных конкурентов на внешнем рынке. Этот этап заключается в определении основных ключевых факторов успеха предприятия, конкурентных преимуществ, которые обеспечат ему успешное функционирование и долгосрочное лидерство на внешнем рынке.

3. Определение миссии деятельности предприятия и стратегии управления международной конкурентоспособностью предприятия для осознания причин функционирования предприятия и их направлений.

4. Реализация стратегии управления международной конкурентоспособностью предприятия состоит в решении вопросов о средствах достижения поставленных целей. Сам процесс реализации стратегии управления международной конкурентоспособностью предприятия включает: определение текущих задач, выполнение запланированных действий, создание, поддержание и развитие рыночных факторов успеха и конкурентных преимуществ.

5. Оценка и контроль реализации определенной стратегии управления конкурентоспособностью предприятия на внешнем рынке. На данном этапе предприятие отслеживает, полученные результаты деятельности и сравнивает их с поставленными конкурентными стратегическими целями. Также предприятие определяет основные отклонения и разрабатывает корректирующие действия. Этот этап связан с оценкой эффективности управления международной конкурентоспособностью в целом.

Оценка конкурентоспособности является звеном, обеспечивающим устойчивость предприятия на международном рынке. В данной статье предлагается рассмотреть метод интегральной оценки конкурентоспособности, в основе которого лежит расчет, отражающий значения комплекса оценочных параметров, скорректированных в соответствии с их весомо-

стью. Определенные экспертным путем весовые значения не являются постоянными, они могут корректироваться, поскольку зависят от сложившейся политико-правовой, общеэкономической, культурно-социальной ситуации в регионе функционирования предприятия и в стране в целом. Все параметры оценки конкурентоспособности предприятия систематизируются в группы.

Для каждого из показателей внутри групп определяется совокупное весовое значение ($\Pi\Gamma_{ij}$), учитывающее весовое значение непосредственно показателя и вес группы показателей в общем интегральном значении:

$$\Pi\Gamma_{ij} = \frac{\Pi_{ij} \times \Gamma_i}{100}, \quad (1)$$

где i – порядковый номер группы;

j – порядковый номер показателя;

$\Pi\Gamma_{ij}$ – значимость j -го показателя в i -й группе с учетом групповой значимости;

Π_{ij} – значимость j -го показателя в i -й группе;

Γ_i – групповая значимость в общем интегральном значении.

Поскольку выбранные показатели оказывают как положительное, так и негативное влияние на уровень региональной конкурентоспособности, для получения более точной оценки следует определить ранжированное значение показателей:

$$P_{ij}^{(d)} = \frac{\left| \Phi_{ij} - \Pi_{ij\text{мин(макс)}}^{(d)} \right|}{\Pi_{ij\text{макс}} - \Pi_{ij\text{мин}}}, \quad (2)$$

где $P_{ij}^{(d)}$ – ранжированное значение j -го показателя в i -й группе;

Φ_{ij} – фактическое значение показателя в соответствии с принятыми множествами j -х показателей в i -х группах;

$\Pi_{ij\text{макс}}$, $\Pi_{ij\text{мин}}$ – максимальное и минимальное значение j -го показателя в i -й группе соответственно;

$\Pi_{ij\text{мин(макс)}}^{(d)}$ – значение экстремальных показателей, задающиеся в зависимости от направления оптимизации: при $d = 1$ принимается минимальное значение – $P_{ij\text{мин}}^{(1)}$, а при $d = 2$ принимается максимальное значение – $P_{ij\text{макс}}^{(2)}$.

Уровень региональной конкурентоспособности предприятия определяется путем расчета интегрального показателя:

$$PK = \frac{\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n P_{ij}^{(d)} \times \Pi \Gamma_{ij}}{\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n \Pi \Gamma_{ij}}, \quad (3)$$

где PK – значение интегрального показателя уровня региональной конкурентоспособности;

m – число групп показателей;

n – количество оценочных показателей в рамках определенной группы.

Такой методический подход дает возможность применить и соединить в себе различные по единицам измерения, весомости и другим характеристикам показатели, что, с одной стороны, упрощает процедуру оценки конкурентоспособности предприятия, но, с другой стороны, повышает трудоемкость в проведении расчетов в связи с большим количеством оцениваемых показателей.

При выборе стратегии предприятия следует учитывать некоторые стратегические факторы, которые влияют на конкурентные преимущества компании. Среди них можно выделить такие факторы:

1. Факторы макросреды: международные, политические (антимонопольная политика), экономические (наличие свободных торговых зон, регулирование экспорта и импорта продукции), природно-климатические, правовые (патентно-лицензионная политика, стандартизация продукции), экологические, социально-демографические, научно-технические.

2. Факторы инфраструктуры региона: рыночная инфраструктура, мониторинг окружающей внешней среды, здравоохранение, наука и образование, культура, строительство, торговля, транспорт и связь.

3. Факторы микросреды предприятия: конкуренты фирмы, поставщики, контактные аудитории (медиа, финансы и т.п.), маркетинговые посредники (реклама, консалтинг), законодательство по налоговой системе и внешнеэкономической деятельности.

При внедрении разработанной стратегии и решении тактических задач, следует учитывать ключевые аспекты обеспечения конкурентоспособности предприятия: производственный (ассортимент товаров,

качество продукции, характер технологии, масштабы производства, качество ресурсов); маркетинговый (исследование рынка, система продвижения, сбыта товара, ценообразование, рекламная деятельность, обслуживание потребителя); финансовый (степень ликвидности, активность, доходность, платежеспособность предприятия, привлечение внешних финансовых ресурсов); инновационный (осуществление научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, степень обновления продукции, технологии, степень использования информационных технологий); кадровый и организационно-культурный (количественный и качественный состав персонала, тип лидера, характер организационных ценностей, коммуникации и процедуры); управленческий (тип организационной структуры, стиль и методы управления, адаптационные возможности).

Выводы

Для отечественных предприятий, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность, проблема управления международной конкурентоспособностью стоит очень остро. Поэтому для успешного функционирования украинских производителей на внешнем рынке необходимо оценивать уровень конкурентоспособности предприятий и разрабатывать пути его повышения.

Существует прямо пропорциональная зависимость между экономической эффективностью деятельности предприятия и уровнем его конкурентоспособности. Однако при оценке конкурентоспособности предприятия необходимо использовать систему показателей, отражающих результативность не только хозяйственной деятельности, но и финансовой, маркетинговой деятельности, эффективность организации труда, в частности, управленческого персонала.

Предложенный интегральный подход к оценке международной конкурентоспособности предприятия является:

- простым по характеру выполняемых расчетов;
- результативным, поскольку, в общем виде определяет уровень эффективности деятельности;

– обобщающим, поскольку является универсальным показателем, реагирующим на какие-либо незначительные изменения во внутренней среде предприятия и во внешней среде его функционирования.

Литература

1. *Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств: навч. посібник / І.Ю. Сіваченко, Ю.Г. Козак, Ю.І. Єхануров та ін. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 456 с.*
2. *Омельяненко Т.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц./ Т.В. Омельяненко, Д.О. Барабась, А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2006. – 272 с.*
3. *Рей А. Конкурентные стратегии государства и фирм в экспортно-ориентированном развитии / А. Рей // Вопросы экономики. – 2004. – № 8. – С. 46-65.*
4. *Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. / А.Ю. Юданов. – М.: АКАЛИС, 1996. – 272 с.*

Рецензент: д-р екон. наук, проф. **Е.Н. Ястремская**, Харьковский национальный экономический университет, Харьков.

ОЦІНКА МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ю.С. Виходець, К.В. Лісунов

У даній статті пропонується розглянути метод інтегральної оцінки конкурентоспроможності підприємства-учасника зовнішньоекономічної діяльності, в основі якого лежить розрахунок, що відображає значення комплексу оціночних параметрів, скоректованих відповідно до їх вагомості, визначеної експертним шляхом. Практична значимість роботи полягає в тому, що основні положення і результати, представлені в ній, можуть використовуватися при комплексному вирішенні проблем, пов'язаних із забезпеченням ефективного управління підприємством в умовах конкуренції на міжнародному ринку.

Ключові слова: конкуренція, міжнародна конкурентоспроможність, конкурентне середовище, конкурентні переваги, інтегральний показник, оцінка конкурентоспроможності.

**ASSESSMENT OF THE INTERNATIONAL COMPETITIVENESS
OF THE ENTERPRISE***Yu.S. Vykhodets, K.V. Lisunov*

In this article we propose to consider the method of integral evaluation of the company-participant of foreign economic activity, based on a calculation that reflects the values of the complex evaluation of parameters adjusted in accordance with their weight by a certain expertise. The practical importance of this work is that the basic situation and the results presented in it can be used to address issues related to ensuring the effective management of the enterprise in a competitive international market.

Keywords: competition, international competitiveness, competitive environment, competitive advantage, integral index, competitiveness.

Выходец Юлия Сергеевна – канд. техн. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента, Национальный аэрокосмический университет им. Н.Е. Жуковского «ХАИ», Харьков, Украина, e-mail: vyhodets@mail.ru.

Лисунов Константин Витальевич – студент кафедры менеджмента, Национальный аэрокосмический университет им. Н.Е. Жуковского «ХАИ», г. Харьков, Украина, e-mail: liss4@mail.ru.