

УДК 338

## ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКАХ

Е.Н. ШЕРОБУРКО

Государственное учреждение высшего профессионального образования  
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»,  
Могилев, Беларусь

В условиях рыночной экономики фирма-производитель, поставляющая свои товары за рубеж, не может длительное время занимать устойчивые позиции, опираясь в своей стратегии только на показатели конкурентоспособности товара. При вступлении на новый рынок, при принятии решения о расширении производства или его сокращении, при осуществлении инвестиций в целях модернизации технологического оборудования или обновления выпускаемой продукции требуется оценка конкурентоспособности производителя.

Существует несколько подходов к решению этой проблемы.

В соответствии с методом сравнительных преимуществ, страна специализируется на производстве и экспорте тех товаров, которые ей обходятся относительно дешевле, и импорте тех, которые в других странах сравнительно дешевле, чем внутри страны.

Размещение производства между странами должно следовать закону сравнительных издержек. Если страна обладает преимуществами, позволяющими обеспечить относительно более низкие издержки производства в какой-либо отрасли, что является предпосылкой для завоевания данной отрасли сильных рыночных позиций, то говорят о ее конкурентоспособности. Кроме того, страна может обладать сравнительными преимуществами не только в существующих отраслях, но и в новых для себя сферах производства, если им будет положено начало.

Непосредственно измерить сравнительные преимущества невозможно, поэтому предложено несколько косвенных методов. Одним, из наиболее часто используемых, служит метод, построенный на предположении: чем ниже издержки производства в отрасли, тем большими преимуществами обладает отрасль по отношению к конкурентам.

В рамках теории эффективной конкуренции существуют два основных подхода к определению критерия конкурентоспособности: структурный и функциональный.

Согласно структурному подходу, оценка положения может быть сделана исходя из знания уровня монополизации отрасли, то есть концентрации производства и капитала, и барьеров для вновь вступающих на отраслевой рынок компаний. К числу основных препятствий на пути новых конкурентов обычно относятся: экономичность крупномасштабного производства, степень дифференциации продукции, абсолютные

преимущества в издержках у существующих фирм, размер капитала, необходимый для организации эффективного производства.

Возможности завоевания фирмой любого рынка зависят не только от внутренних факторов, но и от складывающихся на рынке обстоятельств. Выделяют следующие факторы, которые оказывают воздействие на интенсивность конкуренции и тем самым влияют на уровень конкурентоспособности компаний: потенциал рынка (возможная емкость), легкость доступа, вид товара, входные барьеры, однородность рынка, структура отрасли и конкурентные позиции фирм, степень вовлечения фирм в данную отрасль, возможность технологических нововведений, экономия на масштабе, диверсификация фирм.

Вторым подходом в определении конкурентоспособности служит функциональный подход. Главную роль здесь играют экономические показатели деятельности фирм: соотношение издержки-цены, загрузка производственных мощностей, объемы выпуска продукции, норма прибыли. Данный метод позволяет в определенных пределах строить заключения относительно всей отрасли.

Функциональный метод позволяет оценить конкурентоспособность отдельных предприятий или групп, являющихся составными частями фирм. В этом случае также применяются показатели, относящиеся обычно к целой компании. Это – производительность труда, рассчитанная как отношение величины добавленной стоимости к общему количеству занятых на предприятии, отношение чистой добавленной стоимости к количеству занятых на предприятии.

Сопоставление названных показателей характеризует степень конкурентоспособности всей фирмы и ее отдельных предприятий. Как правило, в достаточно крупных и диверсифицированных компаниях данные показатели могут различаться по отдельным видам деятельности или предприятиям в 2–3 раза, что указывает на отсутствие на одном из них необходимой эффективности производства. Кроме того, сопоставление общей производительности труда рассматриваемого предприятия с другими в данной отрасли позволяет выяснить, какое место оно занимает по отношению к его конкурентам в отрасли. В современных условиях разрыв в производительности труда в 10 % и более заключает в себе угрозу конкурентоспособности. Дополнительно используются в качестве показателей конкурентоспособности рентабельность инвестиций и норма прибыли.

Методы определения конкурентоспособности производителя, основанные на теории эффективной конкуренции, получили распространение в США и странах Западной Европы и могут быть рекомендованы для использования отечественными организациями-экспортерами.