

**Акмасєв А.І., Коваленко Н.В.**

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

**Вступ.** Інтеграція України у світову економічну спільноту тісно пов'язана з інноваційним економічним зростанням і розвитком конкурентного середовища.

В епоху глобалізації і інтернаціоналізації економіки одним з основних критеріїв, який визначає місце країни в міжнародному економічному просторі, є конкурентоспроможність національних товаровиробників. Сутність поняття національної конкурентоспроможності визначають як становище національного товаровиробника на внутрішньому й зовнішньому ринках, зумовлене економічними, соціальними й політичними факторами. В умовах відкритої економіки конкурентоспроможність також може бути визначена як здатність національного підприємства протистояти міжнародній конкуренції на власному та світовому ринках. Тому, у теперішній час акцент у питаннях конкурентоспроможності переміщається безпосередньо на підприємства. При вступі на новий ринок, визначенні стратегії, ухваленні рішення про реструктуризацію підприємства, здійсненні інвестицій потрібна об'єктивна оцінка його конкурентоспроможності.

Глобалізація світової економіки, зміна парадигми розвитку конкуренції з промислової на інформаційну, трансформація системи споживчих очікувань детермінують концептуально інший підхід до забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Рівень конкурентоспроможності підприємства характеризує стратегію і тактику його діяльності на ринку, вибір шляхів підвищення технічного рівня та якості продукції.

Проблематиці формування міжнародної конкурентоспроможної системи присвячено багато наукових праць. Серед них доцільно відзначити Ж.-Ж.Ламбека, М.Портера, С.Фішера, Д.Хайєка. Серед російських теоретиків можна назвати В.Іноземцева, В.Кочетова, О.Некіпелова. Цікаві та ґрунтові публікації у сфері міжнародної конкурентоспроможності належать О.Білорусу, І.Бураковському, В.Гесцу, Б.Губському, М.Дудченку, Ю.Козаку, А.Кредісову, М.Крижановському, Д.Лук'яненку, Ю.Макогону, В.Новицькому, В.Оніщенко, Є.Панченку, Ю.Пахомову, А.Поручнику, А.Рум'янцеву, В.Сіденку, С.Соколенку, Н.Татаренку, А.Філіпенку, О.Швиданенку, а також іншим авторам.

Для України питання забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств у нових умовах є особливо актуальним. Складається ситуація, коли нарощування обсягів виробництва українськими підприємствами відбувається одночасно з випереджальним зростанням поставок імпортової продукції. Тому виникає потреба вдосконалення механізму управління конкурентоспроможністю підприємства.

**Постановка завдання.** Метою цієї статті є удосконалення підходів до оцінювання конкурентоспроможності підприємств в умовах інтеграції економіки України у світовий економічний простір.

**Результати.** Ефективна інтеграція національної економіки України у світову можлива лише за умови досягнення підприємствами країни високого рівня конкурентоспроможності.

Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства будь-якої форми власності, його стале функціонування й елементарне виживання в ринковому середовищі – фундаментальна проблема сучасної економіки. Від її розв'язання багато в чому залежать якість відтворювальних процесів, прибутковість підприємств, їх адаптація до ринкових умов і подальше економічне зростання.

В умовах лібералізації економіки України принципово змінюється підхід до оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

Визначення поняття конкурентоспроможності підприємства (фірми) – це проблема не тільки вітчизняної, але й світової економічної науки.

Аналіз визначень конкурентоспроможності підприємства показує, що різні вчені по-різному трактують це поняття (таблиця 1).

Аналізуючи подану таблицю, можна зауважити, що деякі визначення зводять поняття конкурентоспроможності підприємства до випуску конкурентоспроможної продукції, фактично тим самим ототожнюючи ці два поняття, що, на нашу думку, не є правильним.

Окремі визначення не враховують значення потенційних можливостей фірми в оцінці її конкурентоспроможності, це теж, на наш погляд, не досить повно розкриває сутність економічної категорії, яка розглядається.

На наш погляд при оцінюванні конкурентоспроможності підприємства, крім потенційних можливостей фірми в поточному часі, треба враховувати й перспективні потенційні можливості підприємства. Особливо це актуально для вітчизняних підприємств, оскільки деякі з них сьогодні є неконкурентоспроможними через нестачу фінансових ресурсів, неефективний менеджмент та інші причини. Проте за умови появи нового ефективного власника та інноваційного розвитку таких підприємств уможливиться підвищення рівня їх конкурентоспроможності в подальшому.

Таблиця 1. Зміст поняття «конкурентоспроможність підприємства» у різних дослідженнях.

| Автор, назва роботи   | Зміст визначення  |
|---|---|
| 1   | 2   |
| Інститут менеджменту і розвитку (IMD)<br>World Competitiveness Yearbook 2000, IMD.<br><a href="http://www.imd.ch/wcy/ranking">www.imd.ch/wcy/ranking</a>  | Конкурентоспроможність – реальна і потенційна можливість фірми за наявних умов проектувати, виготовляти, збувати товари, які за ціновими й неціновими характеристиками привабливіші для споживачів, ніж товари їхніх конкурентів.   |
| <i>М.Портер</i><br>Портер, Майкл Э. Конкуренция.: Пер. с англ. –М.: Издательский дом “Вильямс”, 2003. – 496 с   | Конкурентоспроможність підприємства – здатність успішно оперувати на конкретному ринку (регіоні збуту) в певний період шляхом випуску й реалізації конкурентоспроможних виробів і послуг.   |
| Азоев Г.Л., Зав’ялов П.С., Лозовский Л.Ш., Поршнев А.Г., Райзберг Б.А. Маркетинг. Словарь / Азоев Г.Л., Завьялов П.С., Лозовский Л.Ш., Поршев А.Г., Райзберг Б.А. – М.: ОАО “НПО “Экономка”, 2000. – 362 с. | Конкурентоспроможність – спроможність фірми, компанії конкурувати на ринках з виробниками та продавцями аналогічних товарів, забезпечуючи більш високу якість, доступні ціни, створюючи зручності для покупців, споживачів.   |
| Айгінер К.<br>A framework for the evaluating the competitiveness of countries Structural change and Economic Dynamics – № 9. – P.160  | Конкурентоспроможність – здатність підтримувати частки ринків, водночас збільшуючи свій прибуток, поліпшувати соціальні стандарти та стандарти навколишнього середовища   |
| Кіперман Г.Я.<br><br>Рыночная экономика: Словарь. / Под общ. Ред. Г.Я.Кипермана. – М.: Республика, 1993. – 524 с.   | Конкурентоспроможність – здатність протистояти на ринку іншим виробникам і постачальникам аналогічної продукції (конкурентам) як за ступенем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності.  |
| М. Ерліх і Дж. Хайн.<br>The competitive position of us Exporters. – №4.The conference Board.–1996.–№101.– P.7.  | Конкурентоспроможність – це спроможність країни або фірми продавати свої товари.  |
| ФатхутдіновФ. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление.– М.:Инфра, 2000.– С.23   | Конкурентоспроможність – властивість об’єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби в порівнянні з аналогічними об’єктами, які представлені на ринку.  |
| Перцовський М. І.<br>Международный маркетинг: Учеб. пособие / Н.И.Перцовский, И.А.Спиридонов, С.В.Барсукова; Под ред. Н.И.Перцовского – –М.: Высшая школа, 2001 г. – 239 с.                                 | Конкурентоспроможність –можливість ефективної господарської діяльності і її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. Це узагальнювальний показник життєстійкості підприємства, його уміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний і трудовий потенціали. |
| Хруцкий В. Е., Корнеева И.В.<br>Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 528 с.                                       | Конкурентоспроможність – це здатність успішно оперувати на конкретному ринку (регіоні збуту) в певний час шляхом випуску й реалізації конкурентоспроможних виробів і послуг.  |
| Білорус О., Майценко Ю. Конкурентоспроможність у сучасному глобальному світі // Економічний часопис ХХІ.– 2002.–№9.–с.12  | Конкурентоспроможність – це динамічний процес, де кожний, власне, конкурує з кожним.  |

Деякі фахівці при визначенні конкурентоспроможності враховують інтереси окремих інституцій, як–то споживачів та покупців продукції. Але в жодному з визначень не беруться до уваги інтереси власників підприємства.

Слід зауважити, що окремі формулювання конкурентоспроможності підприємства враховують звичайні або модифіковані показники його прибутковості, але, на наш погляд, інтереси власника не обмежуються виключно отриманням прибутку. Адже залежно від особливостей функціонування підприємства в той чи той час кожен власник має свої інтереси. Наприклад, збільшення частки ринку, інноваційний розвиток підприємства, його диверсифікація, отримання доходу від інших своїх фірм, які є постачальниками ресурсів для цього підприємства або реалізують його продукцію, тощо.

На нашу думку, урахування інтересів власників є неодмінною складовою оцінки конкурентоспроможності підприємств.

Як правило, конкурентоспроможність підприємства розглядається дослідниками безінституційно, виходячи з інтересів гіпотетичного підприємства. При цьому випускається з поля зору, що діяльність підприємств пов’язана, забезпечується або залежить від багатьох інституцій, тобто держави, регіональної влади, власників, менеджерів, фінансових установ, профспілок, персоналу підприємства тощо, які мають свої інтереси й погляди на конкурентоспроможність. Тому, на наш погляд, поняття конкурентоспроможності є відносним.

Під конкурентоспроможністю підприємства пропонується розуміти економічну категорію, яка має інституційний характер і відображає можливості реалізації економічних інтересів інституцій (держави, регіо-

нальної влади, власників, працівників підприємств та ін.) шляхом забезпечення такої позиції підприємства на ринку, яка дозволяє реально та потенційно, поточно та перспективно успішно суперничати з виробниками товарів–аналогів.

Виходячи з базових інтересів кожної інституції, можна розглядати окремо сутність конкурентоспроможності підприємства. Розглянемо деякі можливі збіги та розбіжності поглядів інституцій та деяких суб'єктів на конкурентоспроможність підприємств з огляду на їх інтереси.

Наприклад, держава та регіональна влада вважає підприємство конкурентоспроможним у тому разі, якщо воно стійко функціонує, здійснює відрахування в державний та місцевий бюджети, різні фонди, якщо діяльність підприємства не тільки не призводить до зростання рівня безробіття в країні та регіоні, а й сприяє створенню нових робочих місць, якщо підприємство не є боржником із заробітної плати, має стійкий збут продукції, яку виробляє.

Приватний власник розглядає підприємство як конкурентоспроможне, якщо воно стабільно функціонує, успішно конкурує, отримує прибуток, якщо діяльність підприємства сприяє реалізації економічних інтересів власника, у тому числі і через інші установи й підприємства.

Акціонери, які мають контрольні пакети акцій конкурентоспроможними, можуть вважати й безприбуткові або малоприбуткові підприємства, оскільки вони можуть реалізовувати наявні економічні інтереси через інші свої фірми, які, можливо, є головними постачальниками ресурсів для цих підприємств або реалізують їх продукцію. У той же час дрібні акціонери таких підприємств зацікавлені у довгостроковій прибутковості підприємств, яка буде сприяти виплаті високих дивідендів та забезпечувати зростання ринкової вартості акцій.

Менеджери великих корпорацій сприймають підприємство, як таке, що успішно конкурує, навіть за мінімального прибутку, тому що рівень їхньої заробітної плати залежить насамперед від обсягу продажу.

Профспілки оцінюють підприємство конкурентоспроможним, якщо на ньому ефективно вирішуються соціальні проблеми працівників.

Працівники, конкурентоспроможність підприємства насамперед визначають за наявністю робочих місць та рівнем заробітної плати.

Конкуренти підприємства його стійкість вимірюють часткою внутрішнього або зовнішнього ринку, яку воно запосідає.

Держава, регіон, працівники зміну неефективного власника можуть розглядати як запоруку підвищення конкурентоспроможності підприємства, у той же час попередній власник у цій втраті власності передовсім вбачатиме втрату конкурентоспроможності.

Можна нескінченно продовжувати таку низку поглядів на конкурентоспроможність підприємства виходячи з інституційних інтересів.

Доречно буде припустити, що через те, що вчені, даючи визначення цього поняття, урахувують несумісні інституційні позиції, саме тому й існує така велика кількість визначень конкурентоспроможності.

У статусі інституцій, які формують зміст категорії «конкурентоспроможність підприємства» можна розглядати державу, регіон, приватних та колективних власників, акціонерів, працівників підприємства, потенційних власників тощо.

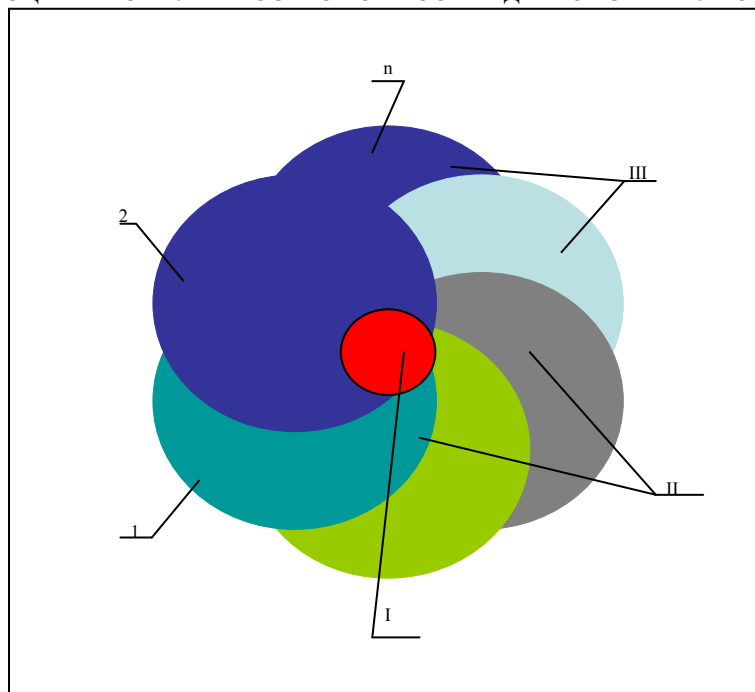
Кожна інституція може мати свої погляди на оцінку конкурентоспроможності підприємства, але деякі складові конкурентоспроможності є спільними для більшості інституцій.

При зіставленні складових конкурентоспроможності підприємства, виходячи з економічних інтересів різних інституцій, можна виокремити три основні їх групи: збігові, близькі, антагоністичні. Схематично збіг та розбіжність економічних інтересів інституцій та суб'єктів у процесі функціонування підприємства показано на рисунку (рис. 1).

Наприклад, конкурентоспроможність підприємства визначається насамперед конкурентоспроможністю товару, який воно виробляє. Тому конкурентоспроможність товару на зовнішньому або внутрішньому ринках можна розглядати як збігову складову його конкурентоспроможності з точки зору держави, регіональних інтересів, власників підприємства, акціонерів, менеджерів, працівників, тощо. Підвищення конкурентоспроможності товару відповідає економічним інтересам усіх інституцій, які розглядаються. У той же час значне зростання прибутковості підприємства і дивідендних виплат з позиції цих інституцій і суб'єктів можна розглядати як близьку складову конкурентоспроможності підприємства.

Повертаючись до вище наведеного прикладу, треба підкреслити, що поява нового ефективного власника підприємства виступає як антагоністична складова забезпечення конкурентоспроможності підприємства для попереднього власника, однак для інших інституцій вона може бути збіговою або близькою, а діяльність самого підприємства при цьому може набутти довгострокової сталості.

**Висновки.** Таким чином, запропонований інституційний підхід до оцінювання конкурентоспроможності підприємства, враховує теоретичні, практичні та інституційні аспекти, що дозволяє в умовах глобалізації економіки отримати більш повну й більш об'єктивну оцінку конкурентоспроможності підприємства.



**Рис. 1.** Схема збігу та розбіжності економічних інтересів інституцій у процесі функціонування підприємства.

- 1,2,...,n – площини економічних інтересів окремих інституцій;  
 I – площина збігових економічних інтересів інституцій;  
 II – площини близьких економічних інтересів інституцій;  
 III – площини антагоністичних економічних інтересів інституцій.

**Башкіров О.В.**

## **СПЕЦИФІКА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПОРТФЕЛЯ ЦІННИХ ПАПЕРІВ**

**Постановка проблеми.** Однією з передумов успішного функціонування будь якої фінансово-кредитної установи є її спроможність керувати у певних макроекономічних та фінансових умовах власними ризиками. Для Національного банку України, як для центрального банку країни, який є уособленням надійності і гарантом стабільності національної грошово-кредитної системи, менеджмент ризиків набуває особливого значення.

З 2003 року, у рамках програми RAMP (Reserve Advisory & Management Program), Національний банк України запровадив цінні папери до управління золотовалютними резервами.

Запровадження цінних паперів до управління золотовалютними резервами Національного банку України дозволило знизити показники кредитного та операційного ризиків, а також підвищити рівень ліквідності і доходність золотовалютних резервів. В той же час, з запровадженням цінних паперів до золотовалютних резервів, виникла необхідність професійної оцінки ризику портфеля цінних паперів, одержаної доходності, ефективності управління портфелем тощо.

**Мета дослідження.** Метою цієї статті є представлення результатів дослідження основних методів і інструментів оцінки ризикованості портфеля цінних паперів банку.

### **Викладення основного матеріалу.**

Ризик – це можливість отримання збитків або недоотримання прибутку внаслідок виникнення деякої події, яка негативно впливає на очікувані потоки грошових коштів і фінансовий стан установи.

Управління ризиком є процесом вироблення компромісу, направленою на досягнення балансу між вигодами від зменшення ризику і необхідними для цього затратами, і передбачає прогнозування виникнення ризикових подій, проведення їх детального аналізу, оцінку можливих наслідків і вибір методів та способів зниження ризику, що дозволяє певною мірою знизити ступінь ризику і уникнути ймовірних втрат.

Ні один з видів ризику неможливо усунути повністю. Більше того, діяльність на фінансових ринках за ринкової економіки за своєю природою передбачає гру на змінах процентних ставок, валютних курсів та ін.

Задача менеджменту ризику полягає в обмеженні негативного впливу ризику шляхом встановлення оптимального співвідношення ризикованості та прибутковості операцій.

Метою ефективного управління ризиками для банківських установ є захист прибутку і капіталу банку [1].

Основним, специфічним видом ризику для портфеля цінних паперів є ринковий ризик [2,3].

Одним з основних інструментів ризик-менеджера для виміру ринкового ризику портфеля цінних паперів банку є дюрація. Як правило, фахівці з питань ризик-менеджменту розрізняють наступні основні типи розра-