

УДК 339.56:658(476)

Теория конкурентных преимуществ – методологическая основа построения экономической оценки внешнеэкономической деятельности предприятий

А.П. ГЕВРАСЁВА

В статье рассматриваются методологические основы экономической оценки внешнеэкономической деятельности предприятий. В процессе анализа основных теорий и концепций международной торговли определяется концептуальная модель построения экономической оценки внешнеэкономической деятельности предприятий. Разработанные методологические положения могут быть использованы в практической деятельности субъектов хозяйствования и в учебном процессе.
Ключевые слова: международная торговля, внешнеэкономическая деятельность предприятия, методологические основы анализа, конкурентные преимущества, конкурентоспособность, внешние и внутренние факторы.

The article deals with methodological aspects of foreign economic activity of enterprises. Analyzing the main theories and concepts of international trade, we define the conceptual model of creation of an economic assessment of foreign economic activity of enterprises. The developed methodological provisions can be used in practical activities of managing subjects and in educational process.

Keywords: international trade, foreign economic activity of enterprise, methodological bases of analysis, competitive advantages, competitiveness, external and internal factors.

При определении состояния экономического объекта исходят из сущности процессов хозяйственной деятельности. Под процессом понимают причинно-обусловленное течение событий, смену явлений, динамичность которых объясняется постановкой цели или намеченным результатом. Познание причинно-следственных связей в хозяйственной деятельности предприятий позволяет раскрыть сущность явлений и на этой основе дать правильную экономическую оценку достигнутым результатам, выявить резервы повышения эффективности производства, обосновать планы и управленческие решения.

Содержание категории «экономическая оценка» выражает определение ценности и полезности продукта с позиции рациональности использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. На уровне предприятия экономическая оценка строится на основе определения результатов деятельности субъекта хозяйствования по выполнению планов, достигнутому уровню развития экономики, использованию имеющихся возможностей.

Экономическая оценка внешнеэкономической деятельности является частью общей оценки производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Экономическая оценка предполагает определение возможностей субъекта хозяйствования и использование преимуществ разделения труда в процессе установления экономического и научно-технического сотрудничества с зарубежными странами. Экономическая эффективность в сфере внешнеэкономической деятельности (ВЭД) выражает результативность участия предприятия в международном разделении труда. Одна часть экономической эффективности реализуется в сфере производства товаров и связана с расширением и совершенствованием производственного процесса, а другая – с удовлетворением материальных и духовных потребностей людей и реализуется вне производственной сферы. Отсюда следует, что экономическая оценка ВЭД предприятий относится к числу основных задач, связанных с анализом производственно-финансовых результатов, поиском, измерением и обоснованием величины хозяйственных резервов повышения эффективности производства и разработкой мероприятий по их использованию.

Традиционной и наиболее развитой формой МЭО является внешняя торговля. За последние четыре десятилетия темпы роста международного товарооборота превышали темпы

роста производства. В течение данного периода объём мирового производства возрос в 6 раз, тогда как объём торговли увеличился в 15 раз. Всё это свидетельствует о возрастающей роли международной торговли в современном экономическом развитии.

В настоящее время ни одна страна не в состоянии самостоятельно производить весь ассортимент необходимой продукции высокого качества. Причинами тому является отсутствие соответствующей материально-технической, трудовой, финансовой базы, технологической культуры, необходимых для производства того или иного вида продукции. Данное обстоятельство способствует расширению мирохозяйственных связей, приводит к международному обмену и сотрудничеству разных по степени развития государств. Кроме того, странам предоставляется дополнительный рынок сбыта, расширенный доступ к ресурсам (сырьевым, капиталу и рабочей силе). В целом в мире постепенно стираются экономические границы, происходит международная интеграция. Чем глубже страна или регион интегрированы в мировую экономику, тем шире они могут использовать возможности международного разделения труда и свои сравнительные преимущества.

Методологическое осмысление комплекса указанных проблем и выявление закономерностей формирования и организации эффективного управления преимуществами разных стран требуют проведения системного анализа теорий и концепций развития международной торговли, оценку методик, определяющих разработку инструментария анализа цивилизованных подходов к факторологическому материалу, функционально увязывающему через показатели эффективности экономическое пространство.

При рассмотрении и анализе теорий и концепций международной торговли следует учитывать два обстоятельства: во-первых, экономические ресурсы распределены между странами неравномерно; во-вторых, эффективное производство разных товаров требует разных технологий или комбинаций ресурсов. Важно также подчеркнуть, что экономическая эффективность, с которой страны способны производить различные товары, может изменяться со временем.

В отечественной и зарубежной литературе по вопросам мировой экономики и тенденциям развития мирохозяйственных связей исследователи начинают анализ с переосмысления моделей, предложенных *А. Смитом* и *Д. Рикардо*. *А. Смит* в своей книге «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776 г.) сформулировал *теорию абсолютного преимущества* [6, с. 57]. Он показал, что страны заинтересованы в свободном развитии международной торговли, поскольку могут выигрывать от неё независимо от того, являются они экспортёрами или импортёрами. *Д. Рикардо* в работе «Начала политической экономии и налогового обложения» (1817 г.) доказал, что принцип преимущества является только частным случаем общего правила, и обосновал *теорию сравнительного преимущества* [5, с. 14]. Сущность концепций, заложенных в основу теорий абсолютных и сравнительных преимуществ, сводится к либерализации торговли в международных отношениях и осуждению всех форм протекционизма.

Основатель теории *абсолютных преимуществ А. Смит* полагал, что принцип свободы торговли позволяет стране сконцентрироваться на производстве тех продуктов, которые она может делать лучше и наиболее дешёво. Складывающееся в результате разделение труда означает рост обмена, международной торговли, приносит выгоды её участникам. Отказ же от производства тех товаров, по которым страна не имеет абсолютных преимуществ, и концентрация усилий на продукции, обладающей такими преимуществами, приводят к росту общих объёмов производства, увеличению обмена результатами труда. Положения *А. Смита* получают ещё большее развитие, если учитываются не только естественные, но и приобретённые преимущества, связанные с использованием новых технологий, что относится к готовой продукции, составляющей подавляющую часть международного товарооборота.

Д. Рикардо в своих взглядах пошёл дальше, заложив важную теоретическую базу большинства последующих концепций международной торговли. Считая положения *А. Смита* верным, но частным случаем, *Д. Рикардо* сформулировал идею «*компаративных*» (*сравнительных*) *преимуществ*, как и у *А. Смита* определяемых разницей в затратах, но не

абсолютной величиной, а относительными размерами, то есть каждая страна должна производить и вывозить товары с относительно меньшими издержками, хотя они могут быть и выше, чем в другой стране. Используя больший разрыв в затратах, стороны могут получить необходимый выигрыш.

Д. Рикардо был первым экономистом классической школы, который рассматривал теорию международной торговли обособленно от теории внутренней торговли. Разработанный им подход свидетельствовал, что максимальное использование производственного потенциала каждой из стран в рамках международного обмена возможно в том случае, если государство не устанавливает препятствий на участие в системе международного обмена для своих субъектов хозяйствования.

Новая модель была создана в 30-х годах XX века шведскими экономистами **Эли Хекшером** и **Бертелем Олином** [8], [10]. Представители теории сравнительных преимуществ оставили нерассмотренным ключевой вопрос – в силу чего возникают различия в издержках между странами. Шведский экономист **Э. Хекшер** и его ученик **Б. Олин** попытались ответить на этот вопрос. Сущность сформированной ими модели в ответ на поставленный вопрос состоит в следующем: по причинам исторического и географического характера распределение материальных и трудовых ресурсов между странами неравномерно, что, по мнению неоклассиков, объясняет различия относительных цен на товары, от которых, в свою очередь, зависят национальные сравнительные преимущества. Отсюда следует закон пропорциональности факторов: в открытой экономике каждая страна стремится специализироваться в производстве товара, требующего больше факторов, которыми страна относительно лучше наделена.

Таким образом, шведские экономисты отказались от теории трудовой стоимости, на которой основывался Д. Рикардо, и акцентировали внимание на *теории факторов производства*. Суть её сводится к тому, что стоимость создаваемых товаров складывается из доходов на три фактора производства – заработной платы за труд, процента за капитал, земельной ренты за землю. Применительно к международным экономическим отношениям сторонники этой теории утверждали, что страны неодинаково наделены факторами производства – трудом, землёй и капиталом. Такие различия определяют цены этих факторов по отношению к производству конкретного товара. Если страна обеспечена в изобилии одним из факторов производства, например трудом, и соответственно он имеет более низкую цену, то в этой стране товары, в производстве которых используется в большей мере фактор, находящийся в изобилии, в данном случае трудоёмкие товары, будут обходиться более дёшево. В странах с изобилием капитала более дешёвыми товарами будут капиталоемкие товары. Отсюда следует, что страны с избытком рабочей силы будут производить и экспортировать трудоёмкие товары, в то время как странам, располагающим свободными капиталами, но не имеющим излишка рабочей силы, выгодно специализироваться на изготовлении и вывозе капиталоемких товаров, импортируя трудоёмкие из-за границы.

Следует отметить, что теория сравнительных издержек, включая её современную модификацию, основанную на теории факторов производства, активно использовалась и используется западными учёными для объяснения сущности процесса международного разделения труда. Однако данная теория не объясняет причины развития разделения труда и торговли между странами с приблизительно одинаковыми издержками производства или с приблизительно одинаковыми ценами на факторы производства.

Данное обстоятельство потребовало дополнения и разработки теории сравнительных издержек производства с учётом влияния разных факторов: изменения в структуре мировой торговли; всевозрастающая доля в торговле встречных поставок сходных промышленных товаров, производимых в странах с приблизительно одинаковой обеспеченностью факторами производства; резкое увеличение доли мирового товарооборота, приходящейся на внутрифирменную торговлю.

Модель «жизненного цикла продукта» явилась наиболее рациональной моделью; благодаря ей можно объяснять и предсказывать ход торговли не только многих производителей, но и многонациональных производственных дочерних компаний [3]. Суть этой теории со-

стоит в том, что развитие мировой торговли готовыми изделиями зависит от этапов их жизни, то есть периода времени, в течение которого продукт обладает жизнеспособностью на рынке и обеспечивает достижение целей продавца.

Данная теория достаточно реалистично отражает эволюцию многих отраслей, однако не всегда позволяет объяснить тенденции, происходящие в международной торговле. Фактически теория жизненного цикла продукта дополняет теорию сравнительных преимуществ: вводится новый фактор – расходы на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР).

Анализ основных концепций и теорий в области международных экономических отношений свидетельствует о том, что нецелесообразно сводить исследования к одному фактору. Следует руководствоваться моделью, в которой учитывались бы и природные факторы, и факторы, связанные с квалификацией труда, затратами на НИОКР, и капитал.

На смену теории сравнительных преимуществ приходит новая теория *конкурентных преимуществ*. Основателем данной теории является профессор гарвардской школы бизнеса **М. Портер**. По его мнению, все стратегии создания устойчивых конкурентных преимуществ укладываются в три типовых варианта. Поскольку любая компания сталкивается с появлением новых соперников, попытками покупателей сбить цены, а поставщиков – повысить их, а также с распространением товаров-заменителей, все участники рынка заинтересованы в ослаблении конкуренции. **М. Портер** предлагал или минимизировать производственные затраты, или дифференцировать продукт, или сконцентрироваться на определённом сегменте рынка [4, с. 77–79].

Минимизация издержек и цен с помощью эффекта масштаба и соответствующих технологий позволяет аккумулировать средства для реинвестирования, но не защищает от копирования таких приёмов конкурентами. Дифференциация даёт возможность сосредоточиться не на снижении затрат, а на удержании определённого круга покупателей, однако уникальности продукта конкурент может противопоставить снижение цен на продукцию аналогичного класса. Концентрация на узком сегменте рынка оставляет соперников «по ту сторону» сегмента, но способна вызвать те же трудности, что и две первые стратегии.

Считая эти типовые стратегии универсальными, жизнеспособными и дающими реальную возможность повысить доходы от инвестиций, **М. Портер** призвал менеджеров избрать только одну из них, чтобы не растрачивать ресурсы и не остановиться на середине пути. Для правильного выбора он рекомендовал изучить цепочку создания фирмой потребительских ценностей, определённое звено которой следует сделать ключевым, то есть создающим конкурентные преимущества. Им может быть производственная деятельность, сбыт, обслуживание. Критики М. Портера отмечали, что ряд успешных фирм, в том числе японских, наряду с минимизацией издержек осуществили и дифференциацию. Результаты показали, что наиболее слабым местом стратегического планирования является упование на неизменность ситуации в течение длительного времени. Когда же ситуация неожиданно меняется, формальные схемы, построенные по принципу «от анализа к действию», оказываются бесполезными.

В 1995 году **М. Треси** и **Ф. Вирсема**, представители консалтинговой фирмы CSC Index, выступили с предложением, напоминавшим типовые стратегии М. Портера [11, с. 14]. Они советовали каждой компании тщательно изучить, чем она наиболее привлекательна для потребителя, и превратить собственную уникальную ценность в долговременную стратегию (иными словами, определить свои сильные стороны и укреплять их). Для этого фирме рекомендовалось избрать одну из трёх «ценностных дисциплин»: непрерывно улучшать или производственные процессы, или продукцию, или приемы обслуживания клиентов. Выбор должен быть максимально продуманным, иначе, как утверждали авторы концепции, фирма сойдёт с пути и потерпит крах.

При видимой простоте неудобство данной концепции заключалось не только в жёсткой специализации на какой-то одной стратегии, но и в необходимости безошибочного выбора, что при динамике рынка представляет сложную задачу. Однако главное состояло в том, что **М. Треси** и **Ф. Вирсема**, как и их предшественники, рассматривали конкуренцию как битву, в которой «победитель получает всё».

Ответом на этот подход стало более широкое понимание действий компаний, в которых одинаково важны как конкуренция, так и сотрудничество. Психолог *Дж. Ф. Мур* из Гарвардского университета развил теорию предпринимательских экосистем [9, с. 87–88]. Он сравнил среду бизнеса с живой природной средой (экологической системой), в которой имеют место не только борьба, но и эволюция, сотрудничество и взаимозависимость. В бизнесе успех фирмы также зависит от окружающей среды, поэтому менеджерам нужно думать о компании как об элементе экосистемы, где связаны интересы всех участников бизнеса и членов общества. Вместо стратегии, нацеленной на создание односторонних преимуществ, фирме следует заниматься выращиванием и поддержанием экосистемы, поскольку в ней сочетаются влияние внешней среды, конкуренция и эволюция. Этот феномен *Дж. Ф. Мур* назвал «*коэволюцией*».

Рассмотренные теории, так или иначе, касались существующего бизнеса и сводились к созданию конкурентных преимуществ в современном их понимании, в том числе с использованием сотрудничества. Между тем появилась точка зрения, что победит тот, кто сможет формировать рынки будущего и доминировать на них.

Новаторскую концепцию развития бизнеса первыми предложили *Г. Хэмел* (Лондонская школа бизнеса) и *К.К. Прахалад* (Мичиганский университет) [7, с. 43]. В отличие от М. Портера, который считал, что конкурентоспособность фирмы заключена в цепочке создания потребительских ценностей, *Г. Хэмел* и *К.К. Прахалад* доказывали, что конкурентоспособность создаётся в масштабе всей компании, когда весь её коллектив, прежде всего высшие менеджеры, единодушны в том, как двигаться к будущему.

Таким образом, анализ основных теорий и концепций международной торговли сводится к тому, что методологическую основу экономической оценки ВЭД предприятия составляет **теория конкурентных преимуществ**, ключевым понятием которого является «*конкурентоспособность*».

Понятие «конкурентоспособность» является комплексным, системным, многоуровневым и многофакторным. Под *конкурентоспособностью* понимают свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений [2].

Исходя из определения, следует различать понятия «*конкурентоспособность предприятия*» и «*конкурентоспособность продукции (товара)*».

Конкурентоспособность предприятия представляет собой комплекс экономических характеристик, определяющих его положение на отраслевом рынке (национальном или мировом) [2]. Под *конкурентоспособностью продукции (товара)* принято понимать её способность отвечать требованиям целевого рынка этого вида товара [2].

Первое понятие является более ёмким и позволяет судить о степени устойчивости функционирования предприятия по отношению к иным субъектам хозяйствования как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Однако существуют *принципиальные отличия определения конкурентоспособности товара от конкурентоспособности производителя*, которые следует учитывать при оценке последнего:

1. Конкурентоспособность предприятия, отражающая отличия конкретного предприятия от других производителей, оценивается в течение достаточно длительного периода времени. Конкурентоспособность товара определяется в любой малый временной интервал.

2. Оценку деятельности производителя даёт не только потребитель, но и сам производитель. При этом он сам решает, выгодно ли ему в масштабах и условиях конкретной экономической ситуации заниматься производством и реализацией тех или иных товаров.

Конкурентоспособность предприятия объективно может быть оценена относительным объёмом его продаж на целевом рынке (рынках). Эта оценка характеризует реальное положение предприятия-производителя на рынке по сравнению с другими производителями. Достижение конкретной рыночной позиции непосредственно связано с экономическими результатами деятельности оцениваемого предприятия. Эти результаты определяют его конкурентные преимущества и характеризуют его успех (неудачу) в конкретном бизнесе. Обеспе-

чение конкурентоспособности, в свою очередь, определяется постоянным совершенствованием производственно-сбытовой деятельности предприятия, в том числе обеспечением конкурентных издержек производственно-сбытовой деятельности, поддержанием необходимого научно-технического уровня продукции и её производства. Конкурентные преимущества предприятия обусловлены также действием факторов инновационного характера, степенью инвестиционной привлекательности, продуктивностью использования имеющихся у него ресурсов. К числу *основных факторов конкурентных преимуществ* предприятия относятся: сбалансированное и эффективное использование в производственном процессе имеющихся ресурсов; соответствующая конкурентная стратегия; качество продукции; цена товара.

Помимо действия факторов внутреннего порядка, которые обуславливают конкурентные преимущества предприятия, рассматриваются и *факторы внешнего порядка*, которые оказывают непосредственное влияние на степень конкурентоспособности субъекта хозяйствования. Такими факторами являются: состояние предприятий отрасли, воздействие государства на поведение потребителей и производителей, изменение цен на ресурсы на мировых рынках.

Конкурентные преимущества товара на внешнем и внутреннем рынках достигаются за счёт производства нового вида с минимальными издержками на основе сбалансированного использования имеющихся ресурсов, что позволит получить товар высокого качества с приемлемой ценой, который будет востребован покупателем и обеспечит товаропроизводителю стабильность получаемой прибыли и повышение эффективности производства.

Факторы конкурентоспособности товаров можно разделить на *внешние* и *внутренние*. К *внешним факторам* относятся: институциональные (правовые, политические, экономические); степень приватизации и уровень конкуренции в отрасли и стране; конъюнктура рынка; особенности формирования цен на производственные ресурсы; формы и методы государственного регулирования экономики; уровень тарифного и нетарифного регулирования внешней торговли.

К числу *внутренних факторов* конкурентоспособности товаров необходимо отнести: качество товара, которое определяется стандартизируемыми показателями (назначения, надежности, эстетичности, эргономичности) и регламентируемыми показателями (экологичность, безопасность, патентно-правовое соответствие); цена приобретения товара потребителем; соотношение цены и качества товара; нетоварные факторы (престижность фирмы, условия платежа, сроки поставок, уровень гарантийного и сервисного обслуживания товара); организация товаропроводящей сети и методов продвижения товаров на рынки.

На наш взгляд, *конкурентоспособность* можно определить как сравнительную характеристику товара, содержащую комплексную оценку всей совокупности его качественных и экономических свойств (параметров) относительно выявленных требований рынка или свойств другого товара. В связи с этим *конкурентоспособность предприятия* представляет собой оценочную характеристику, отражающую его возможность выпускать конкурентоспособную продукцию; эффективнее, чем конкуренты, использовать имеющиеся ресурсы и вести производственно-хозяйственную деятельность, тем самым определяя место и роль в системе национального или мирового отраслевого рынка.

Важнейшим фактором конкурентоспособности продукции является её качество.

Согласно ГОСТ 15467-79, *качество продукции* – это совокупность свойств продукции, обуславливающих её пригодность удовлетворять определённые потребности в соответствии с её назначением.

Существуют различные категории качества продукции: качество как философская категория – отражения наиболее комплексной оценки изделия. Оценка не подчиняется принципу аддитивности (поскольку «целое может быть больше суммы частей»), она складывается с учётом множества элементарных и сложных свойств их иерархии и взаимного переплетения.

Качество как техническая категория является приоритетным свойством при всех инженерных разработках. Уровень качества в концептуальном решении закладывается на этапе технического предложения и обеспечивается в процессе проектирования за счёт качества

проекта и в процессе изготовления за счёт качества материала, покупных изделий, технологических процессов и гарантируется при нормальной эксплуатации. Отсутствие комплексного подхода приводит к невозможности решения задачи.

При рассмотрении качества как экономической категории необходимо иметь в виду, что в повышение качества продукции (работ, услуг) укладываются значительные экономические средства. Повышение качества обеспечивает экономический эффект потребителю за счёт сокращения остановок, исключения аварий, уменьшения расходов из-за простоев, замены и ремонта оборудования. Уровень качества должен быть экономически обоснованным, поскольку наивысшее качество изделия может стоить бесконечно дорого и не окупиться сокращением эксплуатационных затрат.

Возможность продажи товара на конкурентном рынке определяется исходя из требований к её качеству, установленных в стандартах, технических регламентах, законах, нормативных актах предполагаемой страны назначения продукции. Конкурентоспособность товара предопределяется управлением его качеством через *стандартизацию*, которую следует рассматривать не только как метод повышения качества продукции, но и как инструмент регулирования рынка, товарных потоков во ВЭД. Выражением процесса стандартизации является сертификация, которая рассматривается как средство предоставления потребителю гарантий о том, что приобретённая им продукция отвечает требованиям национальных или международных нормативно-технических актов.

Поиск наиболее плодотворных путей обеспечения выпуска продукции стабильного качества приводит к пониманию, что наилучшим руководством к действию в области управления качеством продукции являются международные стандарты ИСО серии 9000 (МС ИСО). Именно поэтому большинство отечественных предприятий активизировали деятельность по созданию, внедрению и сертификации систем качества на соответствие требованиям МС ИСО серии 9000.

Исходя из вышеизложенных положений, следует отметить, что ключевыми категориями в обосновании методологии экономической оценки внешнеэкономической деятельности предприятия являются: *конкурентоспособность, качество и сертификация*.

При рассмотрении и анализе процессов, происходящих на международной арене, их сущность увязывают с содержаниями моделей «открытой» и «закрытой» экономики.

Под **открытой экономикой** понимается экономическая модель, широко интегрированная в мировую хозяйственную систему, участвующая в международном разделении труда; в ней не существует ограничений на перемещение товаров и услуг при экспорте и импорте или эти ограничения минимальны [2].

На наш взгляд, это такое хозяйство, направление развития которого определяется тенденциями, действующими в мировом хозяйстве, на степень открытости его оказывают влияние масштаб страны, численность населения, размер внутреннего рынка, относительная обеспеченность сырьём, географическое положение, особенности национальной политики государства, характер внешнеэкономических связей.

Закрытая экономика представляет собой такую экономическую модель, при которой правительство всячески ограничивает внешнеэкономические связи, стремится к изоляции. При этом основополагающая роль отводится развитию национальных производств, степень вмешательства государства в процессы, происходящие в экономической сфере страны, существенна.

Согласно взглядам группы белорусских учёных (А. Моровой, Л. Заико, Л. Васючонок, Е. Медведевой, А. Семёновой [1]), возможны несколько способов открытия экономики – *тотальное, отраслевое (секторное), точечное и территориальное*.

Наиболее приемлемым вариантом открытия экономики является «**точечное вхождение**» в международное разделение труда, которое предполагает процесс интеграции в мировое хозяйство на уровне предприятий. Данный способ является наиболее предпочтительным с той точки зрения, что существует возможность достаточно точно спрогнозировать потребности предприятия в материально-технических, финансовых и трудовых ресурсах, возможность контролировать использование денежных средств, выделенных на определённые цели.

Точечное вхождение в систему мирохозяйственных связей подразумевает осуществление субъектом хозяйствования ВЭД, основной целью которой является получение максимальной прибыли при минимальных затратах.

Экономическую оценку ВЭД следует проводить в сочетании с оценкой финансово-хозяйственной деятельности предприятия, поскольку именно последняя определяет уровень конкурентного потенциала субъекта хозяйствования, под которым понимается относительная характеристика предприятия, отражающая его потенциальные возможности в области конкуренции. Если речь идёт о совокупности анализируемых предприятий, целесообразно применять термин «конкурентоспособность».

Конкурентный потенциал предприятия можно определить с позиции оценочных показателей эффективности производственно-хозяйственной деятельности и уровня его финансовой устойчивости. Следует определить критерий и систему показателей для оценки экономической эффективности функционирования предприятий.

Исследованиями вопросов **экономической эффективности** и анализа деятельности предприятий занимался ряд учёных: С.Б. Барнгольца, Л.А. Бернштейн, А.И. Муравьев, А.Д. Шеремет, Г.В. Савицкая, А.П. Петров, Н.А. Бурдин.

Эффективность производства в экономической науке затрагивается в следующих аспектах: выборе количественной или качественной меры или критерия; обосновании обобщающего показателя или системы показателей для количественного измерения уровня и динамики эффективности. По вопросу соизмерения разных производственных ресурсов было сделано много попыток сконструировать различные искусственные показатели, приведя к одной размерности основные и оборотные средства, а также заработную плату с использованием разного рода условных коэффициентов. Однако ни одно из предложений по обоснованию суммарных условно приведённых ресурсов не нашло внедрения в хозяйственной практике.

Теоретические дискуссии о необходимости и правомерности разработки и применения обобщающего показателя эффективности производства сводятся к тому, что если для целей хозяйственной практики ресурсы нельзя привести к одной реально существующей величине, обобщающего показателя эффективности производства не существует, а вместо него должна применяться система показателей, отражающих эффективность различных ресурсов.

В настоящее время принципом оптимальной технико-экономической деятельности предприятия является минимизация затрат на производство единицы продукции (работ, услуг), которая достигается при соблюдении требований технологии и обеспечения качественных характеристик. Различают следующие **виды эффективности**: *эффективность затрат; эффективность финансово-хозяйственной деятельности; эффективность инвестиций; эффективность специализации; эффективность производственно-хозяйственных связей; эффективность административной структуры; эффективность финансового менеджмента.*

Выделяют 4 основные группы факторов, влияющих на эффективность деятельности предприятия:

1. По источнику возникновения: *народнохозяйственные* (общие социально-экономические тенденции развития народного хозяйства, НТП, инвестиционная политика); *территориальные* (природно-климатические условия, географическое местоположение, инвестиционный климат и потенциал региона); *отраслевые* (общие сравнительные характеристики отрасли в структуре народного хозяйства, конъюнктура отраслевого рынка).

2. По степени воздействия: *интенсивные* (рост производительности труда, фондоотдачи, материалоотдачи, капиталотдачи и снижение трудоёмкости, фондоёмкости, материалоёмкости, капиталоемкости); *экстенсивные* (рост объёма используемых сырья, материалов, товаров, электроэнергии, трудовых ресурсов).

3. По способу возникновения: *структурно-организационные* (организационная структура управления, производства, снабжения и сбыта); *общие* (состояние материально-технической базы отраслей производства, характеристик производства и его отраслевые особенности); *специфические.*

4. Особые факторы неопределённости и риска.

В практике хозяйствования были выработаны определённые подходы к формированию системы показателей для различных целей управления.

Учитывая теоретические аспекты обоснования теории конкурентных преимуществ в условиях открытой экономики, концептуальную схему экономической оценки ВЭД предприятия можно представить в следующем виде (рисунок 1).



Рисунок 1 – Концептуальная схема экономической оценки внешнеэкономической деятельности предприятия

Как видно из представленной схемы и вышеизложенного материала, методологическую основу экономической оценки ВЭД предприятия составляет теория конкурентных преимуществ в условиях открытой экономики, а её содержание раскрывают такие узловые категории, как «конкурентоспособность», «экономическая эффективность», «качество продукции», «сертификация». Проведённый анализ подтверждает, что точечный способ открытия экономики является наиболее эффективным, поскольку позволяет за относительно небольшой временной период и с наименьшими финансовыми затратами «влииться» в систему мирохозяйственных связей, срастись с передовым мирохозяйственным комплексом. Пунктирная линия, связывающая четыре категории центрального блока, свидетельствует о том, что понятие конкурентоспособности является основополагающим и включает в себя такие категории, как «экономическая эффективность», «качество» и «сертификация».

Теория конкурентных преимуществ на уровне предприятия является основой для определения уровня его конкурентоспособности, то есть способности предприятия производить конкурентоспособную продукцию при лучшем, чем у конкурента, использовании своего потенциала. При этом внутренний потенциал предприятия определяется степенью эффективности его производственно-хозяйственной деятельности и уровнем финансовой устойчивости.

Рассматривая основные узловые категории концептуальной модели экономической оценки ВЭД предприятия, следует учитывать внутренние и внешние факторы, которые являются объективными, постоянно действующими условиями производственно-хозяйственной деятельности предприятия и социально-экономической жизни общества и

оказывают непосредственное влияние на состояние анализируемой сферы деятельности субъекта хозяйствования.

С учётом вышеизложенных положений, на наш взгляд, под *экономической оценкой внешнеэкономической деятельности предприятия* понимается *определение уровня эффективности использования конкурентного потенциала субъекта хозяйствования в системе международного разделения труда*. При этом экономическая оценка ВЭД должна рассматриваться с позиции достаточности и полноты использования предприятием своего внутреннего потенциала как обязательного условия для выхода на внешние рынки и возможности достойной конкуренции. Следует отметить, что именно реальная оценка уровня своего конкурентного потенциала позволит субъекту хозяйствования выбрать перспективные рынки, определить стратегические цели экспорта, выработать тактику ВЭД, рационально распределить ресурсы по формам экспортно-импортной деятельности.

Литература

1. Дадалко, В.А. Особенности формирования и пути развития внешнеэкономической политики Республики Беларусь / В.А. Дадалко, О.Е. Максимович. – Минск : ЗАО «Армита – Маркетинг, Менеджмент», 2000. – 156 с.
2. Малый экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилияна. – М. : Институт новой экономики, 2000. – 1088 с.
3. Основы внешнеэкономических знаний / под общ. ред. И.П. Фоминского. – М. : Международные отношения, 1994. – 480 с.
4. Портер, М. Международная конкуренция / М. Портер. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
5. Риккардо, Д. Сочинения : в 5 т. ; пер. под ред. М.Н. Смит / Д. Риккардо. – М. : Гос. изд-во полит. лит-ры, 1955–1961 гг. – Т. 1 : Начала политической экономии и налогового обложения, 1955. – 360 с.
6. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М. : Соцэргиз, 1962. – 684 с.
7. Hamel, G. Competing for the Future / G. Hamel, C.K. Prahalad. – Harvard Business School Press : Boston (Mass.), 1994. – 399 p.
8. Heckscher, E.F. The Effect of Foreign Trade on the Distribution of Income. Readings in the Theory of International Trade / E.F. Heckscher. – Cambridge (Mass.). : Harvard University Press, 1967. – P. 386.
9. Moore, J.F. The Death of Competition / J.F. Moore. – N.Y. : Harper Business, 1996. – 120 p.
10. Ohlin, B. Interregional and International Trade / B. Ohlin. – Cambridge (Mass.). : Harvard University Press, 1967. – P. 324.
11. Treacy, M. The Discipline of Market Leaders / M. Treacy, F. Wiersema. – Reading (Mass.). – 1995. – 364 p.