

уровень сознания выгоды данного инструмента, а также обращает внимание на низкий уровень адаптации страховых предложений к специфике польского экспорта. В то же время если в немецкой и американской системах наиболее распространенным видом страхования является заключение общих контрактов, то польские экспортеры ожидают привлекательных индивидуальных предложений.

#### **Литература:**

1. Bednarczyk T.H., Instrumenty wspierania eksportu. Kredyty i ubezpieczenia, Wyd.Naukowe PWN, Warszawa 2000.
2. Materiały informacyjne dotyczące ogólnych warunków ubezpieczeń dla różnych produktów KUKE S.A.
3. Official Export Guarantee Scheme of the Federal Republic of Germany, raport roczny 2000, HERMES Kreditversicherungs-AG, Hamburg 2001.
4. Raport roczny 2000 Korporacji Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych S.A., Warszawa 2001.
5. Report to The U.S. Congress on export credit competition and The Export-Import Bank of The United States, Export Import Bank of The U.S., Washington, 2001.

## **СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННЫХ ПОЗИЦИЙ СТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА МЕЖДУНАРОДНОМ ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНОМ РЫНКЕ**

*А.И. Рубахов*

*Ченстоховский политехнический институт, Польша*

Развитие международных связей строительных предприятий Центральной и Восточной Европы вызванное снижением инвестиционного потенциала заказчиков внутри страны требует новых подходов в оценке конкурентных позиций на внешних рынках. Одним из решающих факторов их высокой конкурентоспособности является более эффективное инновационное совершенствование производства и управления. Мониторинг инновационных позиций предприятия на международных рынках возможен при помощи одной из малоизвестных методик сравнительного анализа предприятия с основными конкурентами – системы Бенчмаркинга.

Система эта широко применяется для контроля результатов функционирования своего предприятия в сравнении с конкурентами, особенно в сравнении с лучшими в данном секторе, наиболее эффективными подрядными организациями. Чаще всего применяют эту методику или в сравнении с одним лучшим конкурентом, или в сравнении с несколькими лучшими в различных сферах деятельности строительно-монтажных организации. В западной литературе встречаются понятия Бенчмаркинг как инструмента сравнения с конкурентами (конкурентный Бенчмаркинг), или сравнения с предприятиями других секторов рынка, но на

уровне функций или процессов (функциональный Бенчмаркинг и процессуальный Бенчмаркинг) [1]. Для исследования инновационных позиций строительно-монтажных организаций при участии в тендерных торгах более предпочтителен Бенчмаркинг конкурентный, позволяющий противопоставить собственную инновационность, измеряемую производительностью, качеством, опытом - инновационности конкурирующей (конкурирующих) организаций.

В практике хозяйственной деятельности Бенчмаркинг применяется в области функционирования предприятия, внедрения инновационных проектов, в управлении маркетингом, кадрами и т.д. По мнению специалистов в этой области [2], образец для анализа и сравнения эффективности должен отвечать определенным требованиям, таким как:

- более высокая доля рынка;
- агрессивная маркетинговая стратегия;
- стабильная рентабельность производства – более высокая, чем средняя в данном секторе;
- более высокая инновационность, характеризуемая частыми сменами проектов и технологий;
- более эффективная структура себестоимости;
- лучшая система подбора кадров;
- эффективная логистическая инфраструктура;
- ориентация на поддержание высокого имиджа и постоянное превосходство над конкурентами.

Система Бенчмаркинга может быть описана как математический случай многократной нормализации оценки качеств объекта (предприятия или проекта), который определяет оценки эффективности или качества объекта в отношении к установленному эталону. Нормализация оценки свойств ( $z_{ij}$ ) находится в интервале от 0 до 1 для неотрицательных  $x_{ij}$ . Для упрощения расчетов принимается условие, что для отрицательных  $x_{ij}$  их нормализованным значением является 0. Чем ближе оценка свойства к нормализованной общности, тем выше оценка контролируемого объекта.

Применение этого метода осуществляется в следующем порядке: определение показателей предприятия-образца  $\bar{x}_0$ ; классификация показателей предприятия-образца; проведение нормализации показателей; вычисление агрегатного показателя оценки  $i$ -го объекта.

1. Определение показателей предприятия-образца  $\bar{x}_0$ .

$$\bar{x}_0 = \{x_{01}, x_{02}, \dots, x_{0n}\}, \quad (1)$$

где  $x_{01}, \dots$  - показатели предприятия-образца.

2. Классификация факторов предприятия-образца:

а) когда фактор является стимулирующим:

$$x_{0j} = \max_i \{x_{ij}\} \text{ для } j \in S \quad (2)$$

б) когда фактор не является стимулирующим:

$$x_{0j} = \min_i \{x_{ij}\} \text{ для } j \in D \quad (3)$$

в) когда фактор является нейтральным:

$$x_{0j} = \text{nom}\{x_{ij}\} \text{ для } j \in N \quad (4)$$

где S – множество стимулирующих факторов;

D – множество дестимулирующих факторов;

N – множество нейтральных факторов;

$x_{ij}$  – оценка j-го фактора для i-го предприятия;

i – 1, ..., m – количество анализируемых предприятий;

j – 1, ..., n – количество принятых факторов.

3. Проведение нормализации факторов:

$$а) z_{ij} = \frac{x_{ij}}{\max_i \{x_{ij}\}} \text{ для } j \in S \quad (5)$$

$$б) z_{ij} = \frac{\min_i \{x_{ij}\}}{x_{ij}} \text{ для } j \in D \quad (6)$$

при этом  $x_{ij} \neq 0$ .

$$в) \text{ для } z_{ij} = \frac{x_{ij}}{\text{nom}\{x_{ij}\}} \text{ для } j \in N \quad (7)$$

при этом  $x_{ij} \leq \text{nom}\{x_{ij}\}$

$$г) z_{ij} = \frac{\text{nom}\{x_{ij}\}}{x_{ij}} \text{ для } j \in N \quad (8)$$

при этом  $x_{ij} > \text{nom}\{x_{ij}\}$ , а также  $x_{ij} \neq 0$ ,

где  $z_{ij}$  – нормализованная оценка j-го фактора для i-го предприятия.

4. Вычисление агрегатного показателя оценки i-го предприятия

$$z_i = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n z_{ij} \quad (9)$$

Представленные процедуры заканчиваются сравнением показателей инновационности нашего предприятия с предприятием-образцом и окончательной классификацией предприятия (табл. 1).

Таблица 1. – Сравнение инновационности организации с конкурентом

№ п/п	Показатель готовности	Вес показателя	Организация		Конкурент	
			Оценка	Оценка X Вес	Оценка	Оценка X Вес
	1	$w_1$	$a_1$	$a_1 w_1$	$b_1$	$b_1 w_1$
	2	$w_2$	$a_2$	$a_2 w_2$	$b_2$	$b_2 w_2$
	...	...	...	...	...	...
	...	$w_i$	$a_i$	$a_i w_i$	$b_i$	$b_i w_i$
	...	...	...	...	...	...
	n	$w_n$	$a_n$	$a_n w_n$	$b_n$	$b_n w_n$
	Сумма	1,0	-	$\sum_i a_i w_i$	-	$\sum_i b_i w_i$

В этом случае можно дать весовую оценку нашего предприятия:

$$V_{ij} = w_{ij} * z_{ij}, \quad (10)$$

где  $V_{ij}$  – взвешенная оценка инновационности предприятия;

$w_{ij}$  – вес показателя оценки;

$z_{ij}$  – контрольная оценка относительно предприятия-образца.

Постоянно проводимый мониторинг конкурентоспособности строительного-монтажной организации может осуществляться на основе анализа сильных и слабых сторон собственного потенциала в сравнении с конкурирующими организациями – другими участниками конкурентных торгов. Процедура такого мониторинга будет включать:

1 этап: Определение факторов конкурентного преимущества строительного-монтажной организации в данных торгах;

2-й этап – определение критериев оценки каждого фактора;

3-й этап – установление шкалы оценок (+, -);

4-й этап – оценка каждого фактора согласно принятой шкале и определение сильных и слабых сторон;

5-й этап – анализ полученных результатов и подготовка рекомендаций по повышению инновационности строительного-монтажной организации.

После определения перечня критериев устанавливается шкала оценок, которая, чаще всего, принимается в границах +9 ÷ -9:

+9 ÷ +4 – сильные факторы конкурентоспособности СМО;

+3 ÷ -3 – средние факторы конкурентоспособности;

-3 ÷ -9 – слабые факторы конкурентоспособности.

Затем осуществляется экспертная или коллективная оценка показателей на основе консенсуса, расчета средней оценки или голосования экспертов. Результаты полученных расчетов можно представить в виде профилей сильных и слабых сторон строительного-монтажной организации. Такого вида профили могут касаться трех предметов для сравнения: сравнение с конкурентами, сравнение с планом или нормами; сравнение с прошлыми периодами.

## Литература.

1. J.Peuc- Peitzak. Strategiczne zarządzanie marketingiem. Wyd. Key Text, Warszawa, 1999 – 262 s.
2. Ryan B. Strategic Accunting for Management. London 1995 – 331 s.

## ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РБ

Э.П. Головач

*Брестский государственный технический университет  
Республика Беларусь*

Важнейшее значение в макроэкономической политике как развитых, так и развивающихся стран приобрела проблема конкурентоспособности национальной экономики, которая во многом определяется эффективностью использования ресурсов предприятиями той или иной страны. В целом, конкурентные преимущества могут быть достигнуты на базе как технологических, так и нетехнологических преимуществ, прежде всего, благодаря низкой стоимости факторов производства и девальвации национальной валюты, т.е. благодаря относительно низкому уровню жизни населения (конкурентоспособность бедных стран). Именно на второй тип конкурентных преимуществ в настоящее время сориентирована Республика Беларусь. Вместе с тем, становление новых видов производства, равно как модернизация и техническое перевооружение отраслей невозможно без привлечения прямых иностранных инвестиций (табл. 1).

Если с 1990 по 1996 г. включительно объем ежегодного притока прямых иностранных ирвестиций в развивающиеся страны увеличивался в среднем на 21 %, то в 1998г. – лишь на 0,5, а в 1999 г. – на 15 %. Практически не

**Таблица 1. – Ежегодный приток прямых иностранных инвестиций по основным группам стран (млрд. долл.)**

	1990	1992	1994	1996	1998	1999
Мир в целом	206	175	247	363	660	827
Развитые страны	171	118	141	212	468	609
Развивающиеся	34	52	100	138	173	198
Страны ЦВЕ и СССР/СНГ	1	5	6	13	20	20

увеличились капиталовложения в экономику постсоциалистических стран. В последние 2 – 3 года капиталопотоки повернулись в направлении промышленно развитых стран. В 1990 – 1996 гг. приток сюда иностранных инвестиций ежегодно увеличивался в среднем на 3,6 %, в 1997 г. он возрос на 30, а в 1998 г. –т на 70, в 1999 г. – на 30 %.

Такой поворот капиталопотоков обусловлен с одной стороны ухудшением инвестиционного климата во многих регионах, с другой – мощным всплеском трансграничных слияний и поглощений, что вязано прежде всего с тем, что центр тяжести международной конкуренции