

2. Kocziszky György Reputational compliance / György Kocziszky, M. Veres Somosi, T.O. Kobielieva // *Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2017"* : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О.В.Манойленко, Є.М.Строков.– Харків : НТУ "ХПІ", 2017.– С. 140-143.
3. Перерва П.Г., Нагі С., Кобелева Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.
4. Pererva P.G. Technology transfer / P.G.Pererva, György Kocziszky, D.Szakaly, M.Somosi Veres - Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
5. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Механізм управління рівнем конкурентоспроможності продукції підприємства // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С. 230–235.
6. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Комплексний підхід до управління конкурентоспроможністю промислової продукції // *Перспективи і пріоритети розвитку економіки України та її регіонів : зб. наук. праць.*– Луцьк : ЛНТУ, 2012.– Вип. 9 (34).– Ч. 2.– С. 9–29.
7. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкрутство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління // *Вісник НТУ «ХПІ»*. – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152.
8. Ткачова Н.П., Перерва П. Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // *Економіка розвитку*. – 2011. – № 4 (60). – С. 116-120.
9. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : *Фактор*, 2009. – 480 с.
10. Экономика и организация труда / И.Н.Погорелов [и др.]– Харьков : *Фактор*, 2007.– 640 с.
11. Перерва П.Г. Потребность в электротехнических средствах автоматизации. Теория и методы определения. - Х. : *Основа*, 1991. - 114 с.
12. Перерва П.Г. Практический маркетинг.- Выпуск 2. Маркетинг на промышленном предприятии.- М.: НПО «*Реклама, информация, маркетинг*», 1991.- 80 с.
13. Перерва П.Г. Практический маркетинг.- Выпуск 3. Управление ассортиментом продукции.- М.: НПО «*Реклама, информация, маркетинг*», 1991.- 80 с.
14. Перерва П.Г. Практический маркетинг.- Выпуск 4. Исследование рынка промышленной продукции.- М.: НПО «*Реклама, информация, маркетинг*», 1991.- 96 с.
15. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві / П.Г.Перерва / Навч.посібник для машинобудівних спеціальностей.- Харків : «*Основа*», 1993.- 288с.
16. Гочарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267с.
17. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
18. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д : *Феникс*, 2003. - 592 с.
19. Перерва П. Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ"*. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.

ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Косенко Андрей Васильевич,

к.э.н., профессор

Перерва Петр Григорович,

д.э.н., профессор, зав. кафедрой менеджмента инновационного

предпринимательства и международных экономических отношений,

Национальный технический университет

«Харьковский политехнический институт»

Конкурентоспособность предприятия представляет собой чрезвычайно порочные показатель производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия. Она составляет основу прогресса в науке, технике, производстве, определяет успех предприятия и его способность выдерживать конкуренцию на определенном рынке.

Понятие конкурентоспособности предприятия включает в себя большой комплекс экономических характеристик, определяющих его позицию на отраслевом, национальном или мировом рынках. Возможность предприятия конкурировать напрямую зависит от конкурентоспособности товара и совокупности экономических методов деятельности фирмы, влияющих на результаты конкурентной борьбы.

Основной целью определения уровня конкурентоспособности предприятия является получение достоверной информации для принятия решения, с одной стороны, руководством о корректировке дальнейшей деятельности предприятия, а с другой - его внешним окружением для принятия соответствующих решений о приобретении товара (услуги), инвестирование, заключение контрактов и тому подобное. В мировой практике существует около 100 методов и более 300 показателей конкурентоспособности предприятия. Среди наиболее распространенных можно выделить: экономико-математические, графические, описательные и смешанные методы оценки. Детальное их рассмотрение и анализ позволили сделать ряд выводов.

Методики по оценке конкурентоспособности варьируют от относительно простых, применяемых в условиях недостаточного финансирования и ограниченности информации, до сложных, требующих больших затрат и высокого профессионализма специалистов, занимающихся соответствующими исследованиями. Простые методики основаны на определении отдельных факторов производства и / или сбыта продукции, ее качества, или на оценке эффективности деятельности предприятия и т.д. Считаем, что перечисленные аспекты нужно анализировать одновременно, системно и комплексно. Некоторые методики (параметрический и метод анализа на основе нормы потребительной стоимости) ограничивают возможность определения прогнозируемого уровня конкурентоспособности. Большинство методов оценки конкурентоспособности предприятия основана на применении целого комплекса коэффициентов для анализа различных аспектов деятельности предприятия. За основные показатели конкурентоспособности предприятия разные авторы предлагают принимать: экономический потенциал и эффективность деятельности; уровень управления; производственный и сбытовой потенциал; научно-исследовательский потенциал, состояние и результаты инновационной деятельности; финансовое положение; репутацию фирмы и ее рыночную стратегию; состояние и уровень квалификации трудовых ресурсов.

После оценки уровня избранное сообщения названных выше показателей деятельности предприятия рассчитывают интегральный (обобщающий) показатель его конкурентоспособности. Причем при различных подходов он может выглядеть как суммы взвешенных единичных показателей, так и их

средне-геометрической взвешенной. Данные методические подходы имеют существенные преимущества перед другими, поскольку глубоко охватывают важнейшие аспекты конкурентоспособности предприятия. Однако их применение предполагает широкое использование экспертных оценок и потому во многом считается субъективным процессом. Поэтому вероятность результата в значительной степени зависит от квалификации привлеченных к оценке специалистов.

В последнее время большую популярность как в зарубежной так и в отечественной практике получил подход к управлению конкурентоспособности предприятия, направленный на получение максимального прироста его рыночной стоимости. Это связано прежде всего с все более возрастающим влиянием на результат деятельности предприятия его возможностей привлечь дополнительные средства владельцев и инвесторов, а предпосылкой для обеспечения такой возможности является максимальное удовлетворение их интересов. Показатель рыночной стоимости предприятия является результатом комплексной оценки эффективности деятельности предприятия, адекватно отражает качество управления им, его финансовое состояние, будущие ожидания. Данный параметр реагирует на любое изменение ситуации: снижение рентабельности, ухудшение платежеспособности, рост инвестиционного риска, потерю конкурентного преимущества и тому подобное.

В теории и практике стоимостного подхода к оценке бизнеса традиционно выделяют 4 основных метода: доходный, затратный, сравнительный и подход на основе оценки имущественных (реальных) опционов. Мы согласны с мнением авторов, которые считают, что наиболее адекватным подходом к оценке стоимости бизнеса является доходный. Он базируется на предположении о том, что стоимость предприятия можно определить как сумму доходов, которые оно приносит владельцу. Однако, следует отметить, что в зависимости от целей оценки, состояния объекта и внешней среды целесообразно применение нескольких методов, наиболее подходящих в конкретной ситуации [1].

Методики стоимостного подхода позволяют объективно и точно оценить стоимость компании, отдельных бизнес-единиц и бизнес-процессов, повысить конкурентоспособность предприятия на стратегическом уровне на основе разработки механизма комплексной оценки обоснованности управленческих решений с точки зрения их влияния на увеличение стоимости бизнеса.

Литература:

1. Болгарина Ю.Б. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства // *Резерви економічного зростання та інноваційного розвитку підприємств України*. Кіровоград: ПРВЦ «КОД». 2009. С.41-44.
2. Kocziszky György Reputational compliance / György Kocziszky, M. Veres Somosi, T. O. Kobieliava // *Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум-2017"* : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О.В.Манойленко, Є.М.Строков.– Харків : НТУ "ХПІ", 2017.– С. 140-143.
3. Перерва П.Г., Нагі С., Кобелева Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності // *Вісник*

- НТУ «ХПІ» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.*
4. Pererva P.G. Technology transfer / P.G.Pererva, György Kocziszky, D.Szakaly, M.Somosi Veres - Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
 5. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Механізм управління рівнем конкурентоспроможності продукції підприємства // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С. 230–235.
 6. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Комплексний підхід до управління конкурентоспроможністю промислової продукції // *Перспективи і пріоритети розвитку економіки України та її регіонів : зб. наук. праць*. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34). – Ч. 2. – С. 9–29.
 7. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкрутство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління // *Вісник НТУ «ХПІ»*. – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152.
 8. Ткачова Н.П., Перерва П. Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // *Економіка розвитку*. – 2011. – № 4 (60). – С. 116-120.
 9. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : *Фактор*, 2009. – 480 с.
 10. Экономика и организация труда / И.Н.Погорелов [и др.]– Харьков : *Фактор*, 2007.– 640 с.
 11. Перерва П.Г. Потребность в электротехнических средствах автоматизации. Теория и методы определения. - Х. : *Основа*, 1991. - 114 с.
 12. Перерва П.Г. Практический маркетинг.- Выпуск 2. Маркетинг на промышленном предприятии.- М.: НПО «*Реклама, информация, маркетинг*», 1991.- 80 с.
 13. Перерва П.Г. Практический маркетинг.- Выпуск 3. Управление ассортиментом продукции.- М.: НПО «*Реклама, информация, маркетинг*», 1991.- 80 с.
 14. Перерва П.Г. Практический маркетинг.- Выпуск 4. Исследование рынка промышленной продукции.- М.: НПО «*Реклама, информация, маркетинг*», 1991.- 96 с.
 15. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві / П.Г.Перерва / Навч.посібник для машинобудівних спеціальностей.- Харків : «*Основа*», 1993.- 288с.
 16. Гочарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267с.
 17. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «*Планета-принт*», 2019. – 689 с.
 18. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д : *Феникс*, 2003. - 592 с.
 19. Перерва П. Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ"*. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.

ПОДХОДЫ К СТИМУЛИРОВАНИЮ ТРУДА НА МЕЖДУНАРОДНЫХ КОРПОРАЦИЯХ

Косенко Александра Петровна,

д.э.н., профессор

Кобелев Валерий Николаевич,

к.э.н., доцент

Матросова Виктория Александровна,

к.э.н., доцент

Национальный технический университет

«Харьковский политехнический институт»

Эффективная деятельность любого предприятия, его