

Ս.Ս. ՄԻՆԻՔԱՐՅԱՆ, Ա.Գ. ՇԱՀԲԱԶՅԱՆ

**ՏԵՔՍՏԻԼ ԶԵՌՆԱՐԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՄՐՑՈՒՆԱԿՈՒԹՅԱՆ
ԵՎ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ՀԱՄԱԿԱՐԳԻ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒՄԸ
(Գյումրի)**

Հետազոտվել են արդյունաբերական ձեռնարկությունների մրցունակության գնահատման և կառավարման համար օգտագործվող աշխատանքային մեթոդներն ու մոդելները: Մրցունակության հայեցակարգը և այս հայեցակարգի ձևավորման պատմական գործընթացը, ինչպես նաև արդյունաբերական ձեռնարկությունների մրցունակության մակարդակի վրա ազդող հիմնական գործոնները մանրակրկիտ վերլուծության են ենթարկվել:

Առանցքային բաներ. մրցակցություն, մրցունակություն, մրցակցային շուկա, վերլուծություն, մեթոդ, կորպորացիա:

Ներկայումս հայրենական գիտատար ձեռնարկությունները գտնվում են վերակազմավորման ընթացում, պայմանավորված Հայաստանի Հանրապետության տնտեսության ինտեգրացմամբ համաշխարհային տնտեսական համակարգի գիտատար արտադրանքի արտադրմանը և սպառմանը: Մեծածավալ վերափոխումները արտադրության ճյուղային կառուցվածքներում պետք է զարկ տան խոշոր գիտատար կորպորացիաների ստեղծմանը, ինչը կմիավորի նախագծողներին, արտադրողներին և նորացված արտադրանք արդյունահանողներին: Բարձր տեխնոլոգիաների համաշխարհային շուկայում միայն այդպիսի ինտեգրված կառույցներն են ունակ դիմակայելու կոշտ մրցակցությանը արտերկրի արդյունաբերական հսկա ընկերությունների հետ գլոբալացման պայմաններում:

Հայաստանի Հանրապետությունում ներկայումս փորձ է արվում ստեղծել խոշոր կորպորատիվ արտադրական միավորումներ, որոնք կարտադրեն և կիրացնեն քաղաքացիական ու ռազմական նշանակության գիտատար արտադրանք, որը նպատակ է հետապնդում նաև իրականացնել ինովացիոն գործունեություն մեր հանրապետությունում:

Հայրենական արտադրությունում կորպորացիաների ձևավորումը ենթադրում է արդիականության և պատասխանատվության բարձր մակարդակ: Այն պահանջում է արդյունավետության գնահատման գիտականորեն հիմնավորված մոտեցումների կիրառում: Խոշոր կորպորացիաների ստեղծման ճանապարհով մրցակցության բարձրացման հարցը ակնկալում է պատասխաններ հայրենա-

կան արդյունաբերության նոր կառուցվածքների ձևավորման վերաբերյալ կառավարական որոշումներից: Ակնհայտ է, որ տնտեսապես նպատակահարմար են այն կորպորացիաները, որոնք ապահովում են այնպիսի ցուցանիշների բարձրացում, ինչպիսիք են արտադրության տեխնիկական մակարդակը, արդյունաբերական արտադրանքի որակը, մասնակից կորպորացիաների մրցունակությունը:

Նպատակահարմար կորպորացիոն կառույցների ձևավորման գիտական մեթոդներ փնտրելու ճանապարհը գտնվում է բազմապիսի հայեցակարգերի և տեսությունների տիրույթում: Մաթեմատիկական մեթոդների և մոդելների լայն կիրառումը տնտեսագիտական հետազոտություններում հանդիսանում են այն միջոցները, որոնք նպաստում են արդյունաբերական ձեռնարկությունների մրցունակության ձևավորմանը:

Բարձր տեխնոլոգիաների լայն և համակողմանի տարածումը հնարավորություն կտա օգտվելու հսկայածավալ տեղեկատվությունից: Տվյալների հոսքը մշտապես աճում է, և որքան շատ տեղեկատվություն է հավաքագրվում, այնքան դժվարանում է նկատել այն միտումները և օրինաչափությունները, որոնք չեն երևում մակերեսային դիտարկումների ժամանակ, որպեսզի այդ հիմքով ընդունվի որևէ կառավարչական որոշում: Այս պայմաններում անհրաժեշտ է հնարավորություն ունենալ՝ արագ և ժամանակին ստանալու օգտակար տեղեկատվություն և արդյունավետ օգտագործել այն: Բիզնեսում տեղեկատվությունը պետք է խաղա առանցքային դեր, քանի որ, եթե հստակ չեն տվյալ տնտեսավարողի դիրքը շուկայում, պահանջարկը, մրցակիցների գործողությունները և այլ գործոններ, անհնար է արդյունավետ գործունեության իրականացումը և կազմակերպության կայացումը: Ձեռնարկատիրական գործունեությունը կապված է առավել ձեռնտու տարբերակներ գտնելու մշտական որոնումների հետ՝ պայմանավորված տարբեր բնագավառների, այն է՝ ֆինանսական, աշխատանքային, ապրանքային, տեխնիկական և այլ ռեսուրսներով:

Հսկայական է ամենօրյա լուծում պահանջող այն խնդիրների թվարկումը և ծավալը, որոնք դրված են ձեռնարկության մասնագետների առջև: Այսպես, օրինակ, ձեռնարկության ծառայությունների խնդիրներն են.

1. Կոմերցիոն կազմակերպչական գործունեության բնագավառում.
 - արտադրատեսակի ընտրությունը և տեսականու ձևավորումը,
 - գնորդների և մատակարարների ընտրությունը,
 - արտադրատեսակի առքուվաճառքի պլանավորումը և կազմակերպումը,

- փոխադարձ կոմերցիոն հաշվարկների կազմակերպումը,
- առաքման շահագրգիռ համակարգի ստեղծումը և ապրանքաշարժի կազմակերպումը,
- ապրանքի պահուստների կառավարումը:

2. Գիտահետազոտական գործունեության մեջ.

- ապրանքային շուկաների հետազոտումն ու վերլուծությունը,
- տեսականու և ապրանքի մրցունակության հետազոտումը,
- բիզնես տեխնոլոգիաների հետազոտումն ու մոդելավորումը,
- կոմերցիոն գործունեության արդյունավետության գնահատումն ու վերլուծությունը,
- օպտիմալացման նպատակով կոմերցիոն գործունեության տեղեկատվամեթոդական ապահովման հետազոտությունը,

3. Նախագծային անալիտիկ գործունեության մեջ.

- ձեռնարկատիրական գործունեության տեղեկատվական ապահովման նախագծումը,
- ապրանքային շուկաների իրավիճակային կանխատեսումը,
- ապրանքի անվանացանկի կանխատեսումը և նախագծումը,
- ապրանքային շուկայում ձեռնարկության ձեռնարկատիրական գործունեության ռազմավարության կանխատեսումը և մշակումը,
- շուկայում ապրանքի շարժի և իրացման գործընթացների նախագծումը,
- ձեռնարկության կոմերցիոն ծառայության կողմից կոմերցիոն գործունեության արդյունքների կանխատեսումը:

Ձեռնարկությունների ներքին և արտաքին փոխադարձ կապերի բարդացումը, ցուցանիշների մեծ քանակի առկայությունը, գործոնները և սահմանափակումները, ինչպես նաև մրցակցային աճը հնարավորություն չեն տալիս սահմանափակ ժամանակի պայմաններում ձևավորել լավարկված պլան՝ առանց հատուկ մեթոդների կիրառման:

Ձեռնարկատիրական գործունեությունում տնտեսամաթեմատիկական մեթոդների կիրառումը կնպաստի մի շարք գործնական խնդիրների լուծմանը:

- Առաջին. դրանք տնտեսական տեղեկատվության կանոնակարգված համակարգեր են, որոնք նպատակաուղղված են որոշակի խնդիրների պլանավորմանը և կառավարմանը:

- Երկրորդ. այս գործիքն ապահովում է տնտեսական հաշվարկների ինտենսիֆիկացում և ճշգրտության բարձրացում, հնարավորություն է տալիս, օգ-

տագործելով ժամանակակից հաշվողական տեխնիկայի մշտապես աճող հնարավորությունները, մի քանի անգամ արագացնել և կրճատել տիպային հաշվարկների աշխատատարությունը, իրականացնել բարդ նախագծերի բազմաթիվ տարբերակների տնտեսական հիմնավորումը:

- Երրորդ. հնարավորություն է ընձեռվում՝ իրականացնելու տնտեսական խնդիրների խորացված վերլուծություն, բազմաթիվ գործոնների ուսումնասիրություն, որոնք ազդում են տնտեսական գործընթացի վրա, ինչպես նաև տնտեսական օբյեկտների զարգացման պայմանների փոփոխության հետևանքների գնահատման վրա:

- Չորրորդ. տնտեսամաթեմատիկական մոդելավորման մեթոդների կիրառումը հնարավորություն է տալիս՝ լուծելու սկզբունքորեն նոր տնտեսական խնդիրներ, որոնք այլ միջոցներով լուծել գործնականում անհնար է:

Այդպիսի խնդիրներից է նաև արտադրական ձեռնարկության մրցունակության ապահովումը, որը Հայաստանի տնտեսության համար զգալի նշանակություն ունի: Արդյունավետության տեսանկյունից մրցունակությունը պետք է բնորոշ լինի տարբեր օբյեկտներին, ձեռնարկություններին և կազմակերպություններին, դրանց միավորումներին, առանձին երկրներին, որոնք հանդես են գալիս որպես մրցակցային պայքարի սուբյեկտներ:

Գործնականում պատահական կերպով անհնար է բարձրացնել մրցունակությունը: Դրա համար անհրաժեշտ են մրցունակության կառավարման համակարգի ձևավորման հետ համատեղել համախմբված մեթոդներն ու ձևերը: Այդպիսի համակարգի կիրառումը ուղղակիորեն կապված է արդյունաբերության սուբյեկտների գործունեության գործոնների վերլուծության և բազմակի պայմանների հետ: Այս տեսակետից խնդիրների բազմակողմանի վերլուծությունը հանդիսանում է գիտական և գործնական տնտեսավարության առավել արդիական հիմնախնդիր հայրենական տնտեսության զարգացման համար:

Ներկայումս գոյություն ունեն մեթոդներ՝ ձեռնարկությունների մրցունակությունը գնահատելու համար, սակայն պետք է նկատել, որ գոյություն ունեցող հիմնարար գիտական աշխատությունների հրատարակումներում չկա միասնական կարծիք “մրցակցություն” և “մրցունակություն” հասկացությունների վերաբերյալ: Գրականության մեջ ներկայումս հանդիպում են, օրինակ, հետևյալ ձևակերպումները.

Ազատ և արդար շուկայի պայմաններում ապրանքների և ծառայությունների մատուցման կարողություններ, որոնք համապատասխանում են միջազգա-

յին շուկայի ստանդարտներին՝ միևնույն ժամանակ պահպանելով և բարձրացնելով երկարատև ժամանակահատվածում սեփական քաղաքացիների ռեալ եկամուտների մակարդակը [1].

Տնտեսական աճի կայուն բարձր տեմպերի հասնելու ունակություն [2].

Գոյություն ունեցող պայմաններում ձեռնարկության ռեալ և պոտենցյալ հնարավորությունները նախանշելու, թողարկելու և վաճառելու ապրանքներ, որոնք գնային և ոչ գնային բնութագրերով ավելի հրապուրիչ լինեն սպառողների համար, քան մրցակիցների ապրանքները [3].

Շուկայական հարաբերությունների սուբյեկտի յուրահատկությունները հանդես գալու շուկայում հավասար՝ այնտեղ ներկա գտնվող այլ նույնատիպ շուկայական հարաբերությունների սուբյեկտների հետ[4].

Օբյեկտների յուրահատկությունները, որոնք բնութագրում են կոնկրետ պահանջմունքների բավարարման աստիճանը, համեմատած տվյալ շուկայում ներկայացված լավագույն նույնատիպ օբյեկտների հետ [5],

Առանձին ինդիկատորների միջոցով արտահայտված տնտեսագիտական կատեգորիա, որն արտահայտված է օբյեկտը բնութագրող դրությամբ՝ համեմատած շուկայում օբյեկտ մրցակիցների հետ [6].

Տիրապետել յուրահատկությունների, որոնք ստեղծում են առավելություններ մրցակիցների տնտեսական մրցակցության համար [7].

Տնտեսագիտական, գիտատեխնիկական, արտադրական, կազմակերպչական-կառավարման, շուկայագիտական և ապրանք արտադրողի այլ հնարավորությունների խտացված արտահայտությունները, որոնք իրացվում են ապրանքներում և ծառայություններում, հաջող /կամ անհաջող/ կերպով ընդդիմանում են մրցակից նմանակներին ինչպես ներքին, այնպես էլ արտաքին շուկայում [8].

Մրցակցային շուկայի պայմաններում սեփական ֆունկցիաները, նշանակությունը և առաքելությունը պահանջվող որակով և արժեքով կատարելու ունակությունները [9]:

Ներկայացված ձևակերպումներում բոլորը չէ, որ հաշվի են առնում այն գլոբալ փոփոխությունները, որոնք տեղի են ունեցել վերջին տարիներին համաշխարհային տնտեսության մեջ: Այսպես, այդ բնորոշումներից ոչ մեկը չի նախատեսում ձեռնարկության մրցունակությունը կապիտալի շուկայում, չնայած ներկայումս այդտեղ տեղի է ունենում լուրջ մրցակցային պայքար: Գործնականում նաև որպես մրցունակության առաջնային գործոններ ոչ մի ձևակերպում չի

անչվում աշխատանքի շուկայի և գիտելիքների կառավարման հայեցակարգի հետ:

Ուստի ձեռնարկության մրցունակության կառավարման լիարժեք համակարգի ստեղծման համար անհրաժեշտ է «մրցունակություն» հասկացողությունը դիտարկել համակողմանիորեն և տնտեսագիտական մոտեցումների զարգացման ասպեկտով:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՑԱՆԿ

1. World Competitiveness Yearbook 99. International Institute for Management and Development (www.lmd.ch).
2. **Гаршенина Е.Л.** Израильская экономика: современные оценки международной конкурентоспособности [Текст] //Востоковед.сборник. - 2001. - Вып. 2. – С. 143-150.
3. Сборник научных трудов СевКавГТУ. Серия «Экономика» [Текст].-2007.-№5.
4. **Портер М.** Конкуренция [Текст]. - М. : Вильямс, 2006.- С.184-191.
5. **Фатхутдинов Р.А.** Управление конкурентоспособностью [Текст] // Стандарты и качество. - 2000.-№10.- С.46-52.
6. **Комков Н.И., Лазарев АВ.** Многоуровневая структура и подходы к оценке экономической категории “конкурентоспособность” [Текст] // Проблемы прогнозирования. - 2007. - №4. -С. 22-31.
7. **Гельвановский М.И.** Национальная конкурентоспособность: понятие, факторы, показатели [Текст] // Вопросы статистики. - 2000. - №3. - С. 14- 27.
8. **Завьялов П.С.** Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах [Текст]: Учеб. пособие / П.С. Завьялов. - М.: ИНФРА-М, 2006. - 496 с.
9. **Шеховцева Л.С.** Конкурентоспособность региона: факторы и метод создания [Текст] // Маркетинг в России и за рубежом. - 2001. - №4.-С. 21- 31.

С.С. МХИТАРЯН, А.Г. ШАХБАЗЯН

ИССЛЕДОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТЕКСТИЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Исследуются методы и модели, используемые для оценки и управления конкурентоспособностью промышленных предприятий. Всесторонне анализируются само понятие конкурентоспособности и исторический процесс формирования этого понятия, а также основные факторы, оказывающие влияние на уровень конкурентоспособности промышленного предприятия.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентный рынок, анализ, метод, корпорация.