

# КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ МЕЖДУНАРОДНИХ ПОСТАВЩИКОВ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ НАЦИОНАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ПО ПРЕДОСТАВЛЕНИЮ ИНЖИНИРИНГОВЫХ УСЛУГ

© 2014 КОЛОМИЕЦ А. Н., ДИДОРЧУК И. Л., МИХАЙЛЕНКО Е. М., ПОРОХНЯК Н. В.

УДК 339.5

**Коломиец А. Н., Дидорчук И. Л., Михайленко Е. М., Порохняк Н. В. Компаративный анализ международных поставщиков как фактор развития конкурентных преимуществ национальной организации по предоставлению инженеринговых услуг**

В условиях необходимости активизации процесса интеграции национального бизнеса в мировую хозяйственную систему, обострения конкуренции на мировых и национальных рынках императивом существования каждой организации становится определение приоритетных направлений развития конкурентных преимуществ, одним из которых может стать отбор перспективных поставщиков на основе их сравнительного анализа. В предшествующий период, когда международные фирмы недостаточно активно и с осторожностью начинали работать на рынках постсоциалистических стран, национальные организации не имели большого выбора. В настоящее время национальные фирмы, выстоявшие под ударами мирового кризиса и создавшие хорошую репутацию, могут и должны осуществлять целенаправленный отбор привлекательных международных партнеров. Предложенная в статье многокритериальная поэтапная классификация иностранных поставщиков и проведенный на ее базе компаративный анализ составляют основу усовершенствования отношений организации с международными партнерами и являются залогом ее конкурентных преимуществ.

**Ключевые слова:** сравнительный анализ поставщиков, конкурентные преимущества инженеринговых организаций, потребительские предпочтения.

**Рис.:** 1. **Табл.:** 12. **Библ.:** 15.

**Коломиец Анна Николаевна** – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономической теории и экономических методов управления, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина (пл. Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина)

**E-mail:** 52-melen@mail.ru

**Дидорчук Ирина Леонидовна** – старший преподаватель, кафедра международной экономики, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина (пл. Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина)

**E-mail:** didorchuk-irina@yandex.ru

**Михайленко Екатерина Михайловна** – студентка, экономический факультет, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина (пл. Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина)

**E-mail:** mihailenko.92@mail.ru

**Порохняк Надежда Валериевна** – студентка, экономический факультет, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина (пл. Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина)

**E-mail:** poroh@list.ru

УДК 339.5

UDC 339.5

**Коломиєць Г. М., Дідорчук І. Л., Михайленко К. М., Порохняк Н. В. Компаративний аналіз міжнародних постачальників як фактор розвитку конкурентних переваг національної організації з надання інжинірингових послуг**

В умовах необхідності активізації процесу інтеграції національного бізнесу у світову господарську систему, загострення конкуренції на світових і національних ринках імперативом існування кожної організації стає визначення пріоритетних напрямків розвитку конкурентних переваг, одним з яких може стати відбір перспективних постачальників на основі їх порівняльного аналізу. У попередній період, коли міжнародні фірми не досить активно і з обережністю починали працювати на ринках постсоціалістичних країн, національні організації не мали великого вибору. У даний час національні фірми, що вистояли під ударами світової кризи і створили гарну репутацію, можуть і повинні здійснювати цілеспрямований відбір привабливих міжнародних партнерів. Запропоновано в статті багатокритеріальна поетапна класифікація іноземних постачальників і проведений на її базі компаративний аналіз складають основу вдосконалення відносин організації з міжнародними партнерами і є запорукою її конкурентних переваг.

**Ключові слова:** порівняльний аналіз постачальників, конкурентні переваги інжинірингових організацій, споживчі переваги.

**Рис.:** 1. **Табл.:** 12. **Бібл.:** 15.

**Коломиєць Ганна Миколаївна** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економічної теорії та економічних методів управління, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

**E-mail:** 52-melen@mail.ru

**Дідорчук Ірина Леонідівна** – старший викладач, кафедра міжнародної економіки, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

**E-mail:** didorchuk-irina@yandex.ru

**Михайленко Катерина Михайлівна** – студентка, економічний факультет, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

**E-mail:** mihailenko.92@mail.ru

**Порохняк Надія Валеріївна** – студент, економічний факультет, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

**E-mail:** poroh@list.ru

**Kolomiets Ganna M., Didorchuk Iryna L., Mykhailenko Kateryna M., Porohniak Nadiia V. The Comparative Analysis of International Suppliers as a Factor in the Competitive Advantages of a National Organization for the Provision of Engineering Services**

In the context of the need to intensify the process of integration of national business in the global economic system, increased competition in global markets and national imperative existence of each organization is to determine priority areas for development of competitive advantages, one of which may be the selection of promising suppliers based on their comparative analysis. In the previous period, when international firms were not active and cautiously started to work in the markets of the post-socialist countries, a national organization did not have much choice. Currently, domestic firms that withstood the blows of the global crisis and established a good reputation can and should implement targeted selection of attractive international partners. The article proposed a multi-criteria phased classification of foreign suppliers and conducted on the basis of its comparative analysis forms the basis for improving relations with international organizations and partners are the key to its competitive advantage.

**Key words:** comparative analysis of suppliers, competitive advantages of engineering organizations, consumer preferences.

**Pic.:** 1. **Tabl.:** 12. **Bibl.:** 15.

**Kolomiets Ganna M.** – Doctor of Science (Economics), Professor, Professor of the Department of Economic Theory and economic management methods, V. N. Karazin Kharkiv National University (pl. Svobody, 4, Kharkiv, 61022, Ukraine)

**E-mail:** 52-melen@mail.ru

**Didorchuk Iryna L.** – Senior Lecturer, Department of International Economics, V. N. Karazin Kharkiv National University (pl. Svobody, 4, Kharkiv, 61022, Ukraine)

**E-mail:** didorchuk-irina@yandex.ru

**Mykhailenko Kateryna M.** – Student, Faculty of Economics, V. N. Karazin Kharkiv National University (pl. Svobody, 4, Kharkiv, 61022, Ukraine)

**E-mail:** mihailenko.92@mail.ru

**Porohniak Nadiia V.** – Student, Faculty of Economics, V. N. Karazin Kharkiv National University (pl. Svobody, 4, Kharkiv, 61022, Ukraine)

**E-mail:** poroh@list.ru

Целью усовершенствования подходов к выбору международных поставщиков как средству повышения конкурентных преимуществ организации целесообразно применения принципов компаративного анализа по определенному алгоритму. Необходимо, во-первых, выделить актуальные угрозы конкурентоспособности организации, которые сопряжены с деятельностью поставщиков, во-вторых, определить критерии сравнения поставщиков, в-третьих, разработать технологичную методику и провести ее апробацию.

Объектом исследования и апробации разработанной методики стала инжиниринговая компания «Золотое сечение» (г. Харьков, Украина, год основания – 1997), которая за период своей деятельности выполнила работы по строительству, реконструкции и модернизации инженерных систем жизнеобеспечения зданий и сооружений более чем на 1000 объектах разного назначения: промышленных предприятиях, коммунально-бытовых организациях и частных домовладениях [7].

Компания обеспечивает полный цикл инжиниринговых услуг: энергоаудит, тепловизионная диагностика, проектирование инженерных систем, снабжение и комплектация оборудования под разработанный проект, монтаж систем, пусконаладочные работы, последующее сервисное обслуживание систем. Все эти услуги, наряду с оборудованием, которое предоставляет фирма «Золотое сечение», являются высокотехнологичными, поэтому большинство оборудования закупаются у иностранных поставщиков. Именно благодаря этому организация широко известна на рынке Украины как фирма с низким процентом поломок и ошибок в работе установленных ею систем.

Фирма «Золотое сечение» является официальным дилером по продаже и авторизированным сервисным центром гарантийного и послегарантийного обслуживания оборудования иностранных производителей: Vaillant, Buderus, Protherm, Saunierduval, Demrad, Viessmann, Termet, Rinnai, Biasi, Ferroli, E.C.A., Kospel, Kostrzewa, Klimosz, Ardenz, Маяк, Pocc, Giersch, Weishaupt, LD, Broen, Genebre, Aquatherm, Viega, Wilo, BWT, Екософт, «ОАЗИС», KERMI, POLVAX, HERZ, Giacomini, ELEMАХ, GENERAC, FantiniCosmi, Kromschroder, SUNLIGHT, SinPro и других [6].

В течение многих лет в Украине, в условиях значительной монополизации хозяйства, регулятором производства был не реальный спрос, а административно-командные механизмы, которые регулировали потребление, формировали плановые показатели производства определенных групп товаров и услуг. В этих условиях вопроса о конкурентоспособности организации и продукции практически не возникало. С развитием системы рыночных отношений национальной экономики Украины и интеграции ее в мировое хозяйство эта проблема резко обострилась, и ее решение потребовало от всех субъектов рынка активного поиска путей и методов повышения конкурентоспособности товаров, работ и услуг. Поскольку главной движущей силой рыночной экономики выступает конкуренция, то основным направлением деятельности каждой организации становится повышение конкурентоспособности, укрепление ее позиции на рынке [2, с. 101].

Высокий динамизм изменений, которые происходят во внешней среде, особенно в условиях необходимости преодоления последствий финансово-экономического кризиса, предопределяет возрастание роли качественного научного обоснования и разработки системы повышения конкурентоспособности организации.

Конкурентоспособность организации зависит от многих факторов: особенностей рынка, на котором она работает, позиции в конкурентной борьбе, скорости реакции на действия конкурентов, темпов роста доли рынка, уровня диверсификации и дифференциации продукции, уровня использования имеющегося производственного, финансового, кадрового, маркетингового, инновационного и информационного потенциалов и степени интегрированности деятельности организации в международные экономические отношения [10, с. 168]. Конкурентоспособность является характеристикой, зависящей не только от самой организации, она проявляется на рынке и означает способность вести успешную конкурентную борьбу, противостоять основным конкурентам в определенное время [5]. В этой связи организациям сферы услуг, качество которых зависит от поставщиков, в том числе иностранных, необходимо выстраивать отношения с ними и использовать свою международную деятельность как один из главных факторов повышения конкурентоспособности.

На основе использования SWOT-анализа нами выявлены следующие угрозы конкурентоспособности организации:

- 1) наличие большого количества иностранных поставщиков оборудования со значительным разбросом качества товаров, которые стремятся расширить сеть посредников и потребителей своей продукции на внешних рынках;
- 2) снижение спроса на услугу в результате его производного характера от спроса на товары длительного потребления (первичный спрос сокращается в результате диверсификации источников отопления, сокращения доходов потребителей, падения объемов жилищного и производственного строительства, а спрос, вызванный необходимостью замены оборудования, еще не актуален в связи с более длительным сроком износа и старения);
- 3) рост числа прямых и непрямых конкурентов, к которым относятся: официальные представительства организаций-производителей, супермаркеты, интернет-магазины, сервисные центры, инжиниринговые центры;
- 4) нарастание объемов неконтролируемой, недостоверной, негативной информации о продукции поставщиков и услугах организации, используемой как метод недобросовестной конкуренции.

Для осуществления выбора конкретного поставщика в практике бизнеса обычно используются методы определения категорий преимуществ, оценки расходов, доминирующих характеристик, бальный метод [9]. Однако эти методы имеют определенные недостатки. Применение одних методов предусматривает необходимость сбора и анализа значительного объема информации, использование других – концентрацию внимания на одном из факторов и игнорирование других, что является недостаточно корректным. Кроме того, выбор международных поставщиков оборудования должен осуществляться не по произвольному случайному набору параметров, а в соответствии с принципами компаративного анализа – системности, репрезентативности, сопоставимости параметров. Критерием отбора иностранных поставщиков компании, нацеленной на увеличение своего конкурентного потенциала, должен быть критерий степени удовлетворения потребностей конечного потребителя [1]. Поскольку такой критерий требует определенного уровня формализации, для классификации потенциальных поставщиков целесо-

образно, на наш взгляд, воспользоваться инструментом сегментирования рынка. Это дает возможность объединить оборудование в группы:

- ✦ газовые котлы для бытового использования;
- ✦ газовые котлы для промышленного использования.

Данные сегменты определены на основе потребительских выгод, функциональных особенностей газовых котлов и условий их использования.

В соответствии с вышеизложенным, другими критериями сегментирования выступают:

- ✦ площадь помещения;
- ✦ мощность отопительного оборудования.

На основе этих критериев были выделены следующие целевые аудитории:

- ✦ потребители бытового оборудования;
- ✦ потребители промышленного оборудования (рис. 1).

2) приоритеты для сегмента потребителей газовых котлов для промышленного использования:

- ✦ эффективность;
- ✦ срок эксплуатации;
- ✦ розничная цена;
- ✦ срок гарантии и скорость оказания сервисных услуг.

Последующий отбор поставщиков газовых котлов в сегменте потребителей бытового оборудования осуществлен на основе метода «по заданному образцу» с использованием соответствующих критериев.

Результаты отбора для производителей BUDERUS, VISSMANN, JUNKERS, WOLF, DEMRAD, VAILANT, ARISTON, FERROLI, IMMERGAS, BERETTA, BIASI, RADIANT, BAXI, COSMOGAS, E.C.A., KITURAMI по каждому из определенных критериев последовательно представлены в табл. 1 – 7 («5» баллов присвоено производителям, харак-

Функция рынка	Удовлетворение потребности в отопление помещений	
	Товар (способы удовлетворения потребности)	
	Газовые котлы для бытового использования	Газовые котлы для промышленного использования
1. Площадь – до 150 м <sup>3</sup>		
1.1. Мощность – 0-80 кВт		
1.2. Мощность – 80-150 кВт		
1.3. Мощность – не менее 150 кВт		
2. Площадь – не менее 150 м <sup>3</sup>		
2.1. Мощность – 0-80 кВт		
2.2. Мощность – 80-150 кВт		
2.3. Мощность – не менее 150 кВт		

**Рис. 1. Сетка сегментации рынка газовых котлов**

По критериям мощности отопительного оборудования и площади помещения данные сегменты рынка отличаются тем, что в подавляющем большинстве случаев площадь производственного помещения больше, чем площадь жилых помещений, что обуславливает потребность в оборудовании с большей мощностью.

В то же время, значительно меньшие размеры жилых помещений не предполагают установку оборудования с высокими показателями мощности.

Для последующего отбора международных поставщиков необходимо определить потребительские предпочтения для каждого из сегментов.

Затем, используя их как критерии отбора поставщиков, ранжировать по приоритетности, как для сегмента потребителей бытового оборудования, так и для потребителей сегмента промышленного использования данного оборудования.

В результате обобщения экспертных выводов были определены следующие критерии отбора:

1) приоритеты для сегмента потребителей газовых котлов бытового использования:

- ✦ надежность;
- ✦ экономичность;
- ✦ удобство управления и программирования;
- ✦ дизайн и габариты;
- ✦ розничная цена;
- ✦ послепродажное сервисное обслуживание;
- ✦ имидж производителя и популярность марки;

теристики продукции которых наилучшим образом соответствуют определенному критерию).

#### 1. Надежность.

Приобретая газовый котел, покупатель ожидает, что значения всех параметров, которые характеризуют выполнение необходимых функций в заданных режимах и условиях применения, будут сохраняться в течение длительного времени и в установленных пределах.

#### 2. Экономичность.

Необходимо, чтобы на эксплуатацию котла затрачивалось как можно меньше ресурсов (газа, электроэнергии), и на выходе котел отдавал как можно больше тепла. Данное обстоятельство обусловлено наличием устойчивой тенденции к росту цен на ресурсы, что транслируется в дополнительные затраты.

#### 3. Удобство управления и программирования.

В быту газовые котлы используются потребителями, которые, как правило, не имеют специального образования в сфере отопительного оборудования, поэтому управление и программирование должно быть простым и удобным.

#### 4. Дизайн и габариты.

Поскольку котлы используются для отопления жилых помещений, важно учитывать размеры помещения и дизайн интерьера.

#### 5. Розничная цена.

Розничная цена всегда является мощным маркетинговым сигналом для покупателя, и это необходимо учитывать при формировании ассортиментной линейки.

Таблица 1

## Рейтинг лучших производителей по критерию «надежность»

Место в рейтинге	Торговая марка	Характеристика	Балл
1	Vaillant	Котлы удовлетворительно выполняют заданные функции и редко дают сбои в работе	5
2	Immergas	Все модели проходят контрольную проверку на каждом этапе производства	4
3	BIASI	Котлы адаптированы в соответствии с нормами эксплуатации в странах СНГ	3
4	Beretta	Котлы проходят контроль качества в соответствии с мировыми стандартами	2
5	Kiturami	Котлы проходят испытания в реальных, в том числе, экстремальных условиях работы	1

Составлено авторами по материалам: [3, 8, 12, 13].

Таблица 2

## Рейтинг лучших производителей по критерию «экономичность»

Место в рейтинге	Марка	Характеристика			Балл
		Потребление газа, м/куб	Потребление электроэнергии, В/гц	Коэффициент полезного действия, %	
1	Immergas	0,81 – 2,82	220/50	93,4	5
2	Ariston	1,2 – 2,7	230/50	94,3	4
3	Baxi	0,8 – 2,78	220/50	92,9	3
4	Viessmann	1,16 – 3,3	220/50	93,2	2
5	Kiturami	1,9 – 2,98	220/50	93,3	1

Составлено авторами по материалам: [3, 8, 12, 13].

Таблица 3

## Рейтинг лучших производителей по критерию «удобство управления и программирования»

Место в рейтинге	Торговая марка	Характеристика	Балл
1	Vaillant	Автоматический отводчик воздуха, автоматически настраиваемый перепускной клапан, встроенное управление водонагревателем, возможность настройки на неполную мощность, электронный блок розжига и управления	5
2	Immergas	Электрический розжиг, система автодиагностики с цифровой индикацией на дисплее, возможность подключения комнатного и наружного термостатов	4
3	Ferrolti	Электронная система управления на базе микропроцессора, возможность подключения дистанционного управления	3
4	Buderus	Высокоинтеллектуальные контроллеры, интегрированные в котлы, что упрощает процесс управления	2
5	E.C.A.	Система цифрового контроля процесса горения, электронная система управления и поддержки температуры	1

Составлено авторами по материалам: [3, 8, 12, 13].

Таблица 4

## Рейтинг лучших производителей по критерию «дизайн и габариты»

Место в рейтинге	Торговая марка	Характеристика			Балл
		Дизайн	Габариты	Вес, кг	
1	Ferrolti	Красивый дизайн с закругленными линиями	малые	32 – 34	5
2	Beretta	Элегантный дизайн	компактные	29 – 32	4
3	Baxi	Эстетичный дизайн	малые	28 – 34	3
4	Ariston	Современный дизайн	малые	28 – 32	2
5	Immergas	Современный дизайн	компактные	24 – 34	1

Составлено авторами по материалам: [3, 4, 8, 12].

Таблиця 5

**Рейтинг лучших производителей по критерию «розничная цена»**

Место в рейтинге	Торговая марка	Цена, грн (для оборудования экономкласса)	Балл
1	Immergas	от 3800	5
2	Beretta	от 3900	4
3	Ferrolі	от 4100	3
4	KITURAMI	4200	2
5	Ariston	от 4300	1

Составлено авторами по материалам: [3, 4, 8, 12].

Таблиця 6

**Рейтинг лучших производителей по критерию «послепродажное сервисное обслуживание»**

Место в рейтинге	Торговая марка	Характеристика	Балл
1	BIASI	Сервисные центры на территории Украины, имеющиеся во многих городах по всей территории Украины, функции которых: техническая консультация, обеспечение комплектующими, ремонт и техническое обслуживание	5
2	Demrad	Сеть центров обслуживания на территории Украины; для ремонта используются новые сертифицированные комплектующие	4
3	Ferrolі	Сеть центров обслуживания на территории Украины; сервисное обслуживание включается в условия гарантии; специально обученный персонал проходит специальную подготовку	3
4	Vaillant	Авторизованные сервисные центры на территории Украины, широкая номенклатура запасных деталей и инструментов; специально обученный высококвалифицированный персонал	2
5	Immergas	Гарантийное обслуживание газовых котлов предоставляется ООО «Торговый Дом «Водная Техника», чьи центры расположены на территории Украины	1

Составлено авторами по материалам: [3, 7, 8, 12].

Таблиця 7

**Рейтинг лучших производителей по критерию «имидж производителя»**

Место в рейтинге	Торговая марка	Характеристика	Балл
1	Vaillant	Ведущий производитель отопительного оборудования в Европе, объем продаж – более 2,7 млн ед. в год, один из лидеров продаж настенных и напольных котлов, водонагревателей, электроприборов	5
2	Viessmann	Технологический лидер, реализует комплексную программу создания индивидуальных решений с применением энергосберегающих систем для всех видов энергоносителей	4
3	Ferrolі	Относительно молодая компания, усиливающая свои позиции на рынках Италии и за рубежом, один из лидеров продаж бытового оборудования в Украине	3
4	IELLO (торговая марка Beretta)	Мировой лидер по производству горелок, имеет крупнейший в Европе Центр прикладных исследований процессов горения, 8 заводов, 27 филиалов, объем торгового оборота – более 500 млн евро в год	2
5	BDR Thermea (торговая марка Baxi)	Ведущий мировой производитель и поставщик инновационных систем отопления и водоснабжения, лидер в области производства оборудования с комбинированной выработкой электроэнергии и тепла; объем торгового оборота – более 16 млрд евро; лидирует на рынках Великобритании, Франции, Германии, Испании, Нидерландов, Италии, сильные позиции занимает на рынках стран Восточной Европы, Турции, РФ, США, Китая	1

Составлено авторами по материалам: [3, 8, 13, 14].

### 6. Послепродажное сервисное обслуживание.

При выборе оборудования с длительным сроком эксплуатации важно наличие широкой сети сервисных точек для своевременного и качественного обслуживания.

### 7. Имидж производителя и популярность марки.

В результате предварительного сбора информации у потребителя, как правило, формируется большее доверие к маркам котлов, которые являются популярными, имеются в наличии у других розничных торговцев и отзывы о которых от опытных потребителей положительны.

Далее представлены результаты отбора поставщиков для сегмента потребителей промышленного отопительного оборудования, осуществленного на основе многокритериального подхода. Для анализа были выбраны организации-производители торговых марок VISSMANN, JUNKERS, BERETTA, BAXI, COSMOGAS. Результаты отбора по каждому из критериев последовательно представлены в табл. 8 – 11 («5» баллов присвоено производителям, характеристики продукции которых наилучшим образом соответствуют определенному критерию).

#### 1. Эффективность.

В производственных условиях учитывается не только высокая мощность отопительного оборудования, а также коэффициент полезного действия.

#### 2. Срок эксплуатации.

Отопительное оборудование относят к основным средствам, размер амортизационных отчислений по кото-

рым влияет на себестоимость продукции; следовательно, чем более длительным будет срок эксплуатации, тем меньше будут эти затраты на единицу продукции.

#### 3. Розничная цена.

Как было указано выше, отопительное оборудование относят к основным средствам, и чем ниже будет цена оборудования, тем меньше будут затраты амортизации на единицу продукции.

#### 4. Срок гарантии и скорость оказания сервисных услуг.

Учитывается не только длительность срока гарантийного обслуживания, но и возможность максимально быстрой доставки деталей, скорость выполнения работ, поскольку все это влияет на величину времени возможно простоя, связанного с ремонтом.

Результаты отбора, осуществленного на основе многокритериального подхода и представленные в табл. 12, свидетельствуют о том, требованиям потребителей газовых котлов в каждом из сегментов максимально полно соответствуют организации, продукция которых получила максимальное количество баллов при отборе методом «по заданному образцу»:

- ✦ для потребителей бытового оборудования – продукция производителей торговых марок Vaillant, Ferrolі;
- ✦ для потребителей промышленного оборудования – продукция производителей торговой марки Viessmann.

Таблица 8

Рейтинг лучших производителей по критерию «эффективность»

Место в рейтинге	Торговая марка	Характеристика		Балл
		Коэффициент полезного действия, %	Мощность, кВт	
1	VISSMANN	83 – 108	87 – 16500	4
2	BERETTA	85,2 – 108	23,8 – 279	3
3	COSMOGAS	88 – 96	15,7 – 128	2
4	BAXI	88 – 92,2	6,0 – 100,0	1
5	JUNKERS	от 110	15 – 98	5

Составлено авторами по материалам: [8, 12, 15].

Таблица 9

Рейтинг лучших производителей по критерию «срок эксплуатации»

Место в рейтинге	Торговая марка	Характеристика		Балл
		Срок эксплуатации	Дополнительные характеристики	
1	VISSMANN	Длительный	Устойчивость против коррозии, самоочистка гладких поверхностей, медный теплообменник	5
2	BERETTA	Больше среднего	Встроенная функция защиты от замерзания и блокировки насоса, чугунный теплообменник	3
3	COSMOGAS	Больше среднего	Система защиты от замерзания	2
4	BAXI	Средний	Система защиты от замерзания, пластинчатый теплообменник из нержавеющей стали, электронная система защиты от накипи	1
5	JUNKERS	Длительный	Чугунный теплообменник, системы защиты котла от замерзания, защиты котлового насоса от блокировки	4

Составлено авторами по материалам: [8, 12, 15].

Таблица 10

## Рейтинг лучших производителей по критерию «розничная цена»

Место в рейтинге	Торговая марка	Характеристика		Балл
		Цена, \$ США	Уровень цен	
1	VISSMANN	820 – 35085	Высокий, очень высокий	3
2	BERETTA	360 – 2 800	Средний	4
3	COSMOGAS	2 766 – 25206	Высокий	3
4	BAXI	562 – 13188	Высокий	3
5	JUNKERS	800 – 6000	Средний	4

Составлено авторами по материалам: [8, 12, 15].

Таблица 11

## Рейтинг лучших производителей по критерию «срок гарантии и скорость оказания сервисных услуг»

Место в рейтинге	Торговая марка	Характеристика			Балл
		Срок гарантии, мес.	Скорость выполнения работ	Дополнительные характеристики	
1	VISSMANN	10	Высокая	Сервисный центр и фирменный салон в г. Харьков	5
2	BERETTA	12	Ниже средней	На рынке Украины отсутствуют сервисные центры	1
3	COSMOGAS	5	Высокая	Сервисный центр в г. Харьков, напрямую связанный с заводом изготовителя	4
4	BAXI	12	Средняя	Авторизованный сервисный центр в г. Киев	2
5	JUNKERS	6	Высокая	Обслуживание фирмами-партнерами, наличие горячей линии	3

Составлено авторами по материалам: [8, 12, 15].

Таблица 12

## Оценка привлекательности продукции производителей газовых котлов

Сегмент потребителей бытового отопительного оборудования			Сегмент потребителей промышленного отопительного оборудования		
Место в рейтинге	Торговая марка	Сумма баллов	Место в рейтинге	Торговая марка	Сумма баллов
1	VAILANT	17	1	VISSMANN	17
2	FERROLI	17	2	JUNKERS	16
3	IMMERGAS	15	3	BERETTA	11
4	BERETTA	12	4	COSMOGAS	11
5	BIASI	8	5	BAXI	7
6	ARISTON	7			
7	BAXI	7			
8	VISSMANN	6			
9	DEM RAD	4			
10	KITURAMI	4			
11	BUDERUS	2			
12	E.C.A.	1			
13	JUNKERS	0			
14	WOLF	0			
15	RADIANT	0			
16	COSMOGAS	0			

В результате проведенного исследования можно сделать следующие **выводы**.

**1.** В посткризисных условиях ведущим направлением деятельности организации является укрепление и наращивание конкурентных преимуществ. Национальные организации, которые сформировали и сохранили хорошую репутацию, могут и должны осуществлять целенаправленный отбор привлекательных международных партнеров, который существенно влияет на их конкурентоспособность.

**2.** Доминирующими угрозами организации, которая предоставляет инжиниринговые услуги, является качество оборудования (в том числе, импортируемого), предоставляемого поставщиками, и его соответствие потребностям потребителей.

**3.** Классификация иностранных поставщиков фирмы должна осуществляться на основе многокритериального подхода, реализация которого включает в себя два этапа:

- ✦ распределение продукции по потребительским сегментам (сегмент потребителей бытового оборудования и сегмент потребителей промышленного оборудования);
- ✦ окончательный отбор на основе потребительских предпочтений каждого из сегментов.

**П**редложенная многокритериальная поэтапная классификация иностранных поставщиков и проведенный на ее базе компаративный анализ составляют основу совершенствования отношений организации с международными партнерами и являются залогом ее конкурентных преимуществ. ■

## ЛИТЕРАТУРА

**1. Акулич И. Л.** Международные маркетинг : учеб. пособие / И. Л. Акулич. – Минск : Высш. шк., 2006. – 544 с.

**2. Донець Л. И.** Базовые принципы современной парадигмы управления международной конкурентоспособностью предприятия / Л. И. Донець, А. А. Донець // Бюллетень международного Нобелевского экономического форума. – 2012. – № 1 (5). – Том 2. – С. 101 – 106.

**3.** Информация о товарах и услугах. EUROCLIMAT Service [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://euroclimat.kh.ua/>

**4.** Информация о товарах. Turk Demir Dokum Fabrikalari A. S. (Demir Dokum) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://kotel.org.ua/catalog/kotli\\_Demrad](http://kotel.org.ua/catalog/kotli_Demrad)

**5. Коломиец А. Н.** Международные маркетинг : методическое пособие по подготовке контрольной работы / А. Н. Коломиец, И. Л. Дидорчук. – Харьков : ХНУ, 2009. – 40 с.

**6.** Официальный сайт компании «Золотое сечение» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gsukr.com.ua/>

**7.** Официальный сайт Cosmogas в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cosmogasukraine.com>

**8.** Официальный сайт BDR Thermea [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://baxi.ua/>

**9. Саати Т.** Принятие решений. Метод анализа иерархий / Т. Саати / Пер. с англ. Р. Г. Вачнадзе. – М. : Радио и связь, 1993. – 278 с.

**10. Maskell P.** Localised learning and industrial competitiveness / P. Maskell, A. Malmberg // Cambridge Journal of Economics. – 1999. – № 23 (2). – С. 167 – 185.

**11.** Sitoufficialedde FERROLIS.PA [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ferroli.it/>

**12.** Sitoufficialedde Cosmogas [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cosmogas.com/it>

**13.** The official site of ELGINKANGROUP [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.eleks.com.tr/>

**14.** The official site of Vaillant Group [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.vaillant-group.com>

**15.** The official site of Viessmann [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.viessmann.com>

## REFERENCES

Akulich, I. L. *Mezhdunarodnyy marketing* [International Marketing]. Minsk: Vysshaya shkola, 2006.

Kolomiets, A. N., and Didorchuk, I. L. *Mezhdunarodnyy marketing* [International Marketing]. Kharkov: KhNU, 2009.

Donets, L. I., and Donets, A. A. "Bazovye printsipy sovremennoy paradigmy upravleniia mezhdunarodnoy konkurentosposobnosti predpriatiia" [Basic principles of modern management paradigm of international competitiveness of the enterprise]. *Biulleten mezhdunarodnogo Nobelevskogo ekonomicheskogo foruma*, vol. 2, no. 1 (5) (2012): 101-106.

"Informatsiia o tovarakh. Turk Demir Dokum Fabrikalari A. S. (Demir Dokum)" [Information about products. Turk Demir Dokum Fabrikalari A. S. (DemirDokum)]. [http://kotel.org.ua/catalog/kotli\\_Demrad](http://kotel.org.ua/catalog/kotli_Demrad)

"Informatsiia o tovarakh i uslugakh. EUROCLIMAT Service" [Information about products and services. EUROCLIMAT Service]. <http://euroclimat.kh.ua/>

Maskell, P., and Malmberg, A. "Localised learning and industrial competitiveness". *Cambridge Journal of Economics*, no. 23 (2) (1999): 167-185.

Ofitsialnyy sayt Sosmogas v Ukraine. <http://www.cosmogasukraine.com>

Ofitsialnyy sayt BDR Thermea. <http://baxi.ua/>

Ofitsialnyy sayt kompanii «Zolotoe sechenie». <http://www.gsukr.com.ua/>

Saati, T. *Priniatie resheniy. Metod analiza ierarkhiy* [Decision-making. Analytic hierarchy process]. Moscow: Radio i svyaz, 1993.

"Sitoufficialedde FERROLIS. P. A". <http://www.ferroli.it/>

"Sitoufficialedde Sosmogas". <http://www.cosmogas.com/it>

The official site of ELGINKANGROUP. <http://www.eleks.com.tr/>

The official site of Vaillant Group. <http://www.vaillant-group.com>

The official site of Viessmann. <http://www.viessmann.com>