

УДК 339.137.2

Фінансовий складник як основна функціональна ознака оцінки конкурентоспроможності підприємств

Гончаренко М.Л.

кандидат економічних наук, доцент,
Українська інженерно-педагогічна академія

Худенко М.В.

студентка
Української інженерно-педагогічної академії

У статті досліджено теоретичні питання формування показників конкурентоспроможності підприємства. Приведено деякі методи комплексної оцінки конкурентоспроможності. Визначено основні функціональні складники, які формуються на базі групування основних факторів (чинників) конкурентоспроможності. Підкреслено важливість окремих розрахункових фінансових показників у забезпеченні загальної конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, оцінка конкурентоспроможності, конкурентні переваги, складники конкурентоспроможності, фінансові показники.

Гончаренко М.Л., Худенко М.В. ФИНАНСОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ КАК ОСНОВНОЙ ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПРИЗНАК КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье исследованы теоретические вопросы формирования показателей конкурентоспособности предприятия. Приведены некоторые методики комплексной оценки конкурентоспособности. Определены основные функциональные составляющие, которые формируются на базе группирования основных факторов конкурентоспособности. Выделена важность отдельных расчетных финансовых показателей в обеспечении общей конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность, оценка конкурентоспособности, конкурентные преимущества, составляющие конкурентоспособности, финансовые показатели.

Goncharenko M.L., Khudenko M.V. FINANCIAL COMPONENT AS A BASIC FUNCTIONAL FEATURE OF EVALUATION OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS

In the article theoretical questions of forming competitiveness indicators are examined. Some methods of complex competitiveness evaluation are given. The main functional components, which are formed on the basis of grouping of the main competitiveness factors, are determined. The importance of separate calculation financial indicators in providing the general competitiveness is emphasized.

Keywords: competitiveness, competitiveness evaluation, competitive advantages competitiveness components, financial indicators.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Конкурентоспроможність має велике значення в управлінні організацією, виступаючи як реальна та потенційна можливість зайняти окремий сегмент ринку, проектувати, виготовляти та реалізувати товари, які за своїми параметрами більш «цінні» для споживачів, аніж товари конкурентів, завдяки чому підвищувати ефективність своєї роботи.

Проблема підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції в умовах подальшого розвитку економіки пов'язана, насамперед, із розробленням системи управління конкурентоспроможністю. Основним моментом при цьому є завоювання й утримання конкурентних переваг, тобто ключових факторів успіху підприємства в конкурентній

боротьбі. Але на цей час не існує єдиної універсальної методики визначення та оцінки конкурентних переваг підприємств різних сфер господарювання, тому потрібні конкретизація та систематизація оціночних показників конкурентного аналізу, а також результатів оцінки сильних і слабких сторін підприємства для послідовного моніторингу динаміки ключових конкурентних переваг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розроблення методології оцінки конкурентоспроможності та фіксації її основних складників різних суб'єктів господарювання присвячено праці багатьох учених-економістів: Р.А. Фатхутдінова [1], С.М. Клименко, О.С. Дубрової [2], А.Г. Мокроносова [3], Л.М. Чайникової [4] та ін. Особливості види-

лення конкретних факторів впливу в оцінці конкурентоспроможності підприємств окремої галузі можна побачити в працях А.Г. Бурди [5] та Є.А. Лісової [6].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проведений аналіз наукових публікацій переконує, що науковці запропонували значний спектр показників та функціональних ознак оцінки конкурентоспроможності підприємств, проте жодна з них не є універсальною і повністю не відображає всієї глибини проблеми вибору оціночної методики та спектра показників для ідентифікації рівня конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах підвищеної рухливості та невизначеності зовнішнього середовища.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті – проведення теоретичного дослідження основних складників оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання та конкретизація ролі й місця фінансових показників у проведенні комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні автори, узагальнюючи наявні тлумачення поняття «конкурентоспроможність суб'єкту ринку», пропонують розглянути її як комплекс ринкових переваг, деякий багатомірний розрахунковий показник, який певною мірою оцінює всі сторони функціонування підприємства. Найбільш удалим представляється таке формулювання: конкурентоспроможність підприємства – це комплексна порівняльна характеристика, яка відображає рівень переваг сукупності показників оцінки можливостей підприємства, що визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу стосовно сукупності аналогічних показників підприємств-конкурентів; це потенційна або реалізована здатність економічного суб'єкта до функціонування у релевантному зовнішньому середовищі, яка ґрунтується на конкурентних перевагах і відображає його позицію щодо конкурентів [7, с. 150].

Конкурентоспроможність являє собою оцінку величину. Вона відображає відмінності процесу розвитку даного підприємства від підприємства-конкурента за ступенем задоволення своїми товарами (послугами) конкретної виробничої або особистої потреби, а також ефективності виробничої діяльності. Оцінка конкурентоспроможності – це розрахунок, інтерпретація й аналіз комплексу показників, які характеризують конкурентоспроможність продукції, маркетингової діяльності, підприємства у цілому.

Для оцінки конкурентоспроможності підприємства необхідний, насамперед, аналіз його сильних і слабких сторін; показників, які характеризують його стійкість у господарській системі та здатність випускати продукцію, що користується високим попитом на ринку. Отже, конкурентоспроможність підприємства тісно пов'язана з конкурентоспроможністю продукції, причому одне і друге залежать від впливу низки факторів як зовнішнього, так і внутрішнього характеру.

Багато авторів приводять цілий перелік факторів впливу на конкурентоспроможність, при цьому єдиної думки щодо чільної групи, що визначає подальші ланцюгові зміни інших груп і складників як у позитивному, так і в негативному напрямках, не спостерігається.

Чинник, або фактор (від лат. *factor* – той, що зумовлює), – це рушійна сила або причина будь-якого процесу чи явища, що визначає його характер або окремі риси. Звідси випливає, що чинниками конкурентоспроможності є ті чи інші причини (суттєві обставини), що частково впливають на рівень та характер конкурентоспроможності підприємства або ж повністю визначають його [2, с. 331]. Набір однорідних чинників формує певну функціональну ознаку, яка розкриває зміст конкурентоспроможності та характеризує її з конкретного боку: персоналу, виробничої потужності, якості продукції тощо. Такі комплексні функціональні ознаки надають можливість оцінити ступінь відповідності господарюючого суб'єкту певним вимогам споживача та очікуванням із боку конкурентів у ринковому середовищі.

Думки щодо груп факторів, які повинні входити в оцінку конкурентоспроможності підприємства як кількісні абсолютні або відносні показники, у сучасних економістів розходяться. Так, А.Г. Мокроносів і І.Н. Маврина [3], не роблячи принципового розподілу функціональних груп факторів на зовнішні й внутрішні, техніко-технологічну групу факторів вважають визначальною. До неї належать виробниче устаткування, предмети праці, склад і технологія виконуваних робіт, що прямо впливає на операційну ефективність діяльності підприємства. Далі йдуть організаційно-управлінська і фінансово-економічна групи факторів, які характеризують підприємство з позицій ефективного розпорядження ресурсами, прибутковості та фінансової стійкості.

Інші автори доповнюють наявні групи маркетинговими факторами (дослідження й прогнозування ринку, ефективність організації збуту й просування товару; ціноутворення,

рекламна діяльність, обслуговування споживачів) [2]. Окрім того, виділяються соціальна ефективність, екологічність підприємства, його імідж на ринку.

Фінансовий складник неодмінно присутній у роботах усіх теоретиків, проте неоднозначний і пропонує різні групи розрахункових оцінних величин. Вони, своєю чергою, входять у розрахунковий показник загального рівня конкурентоспроможності підприємства, частіше – у різних вагових категоріях. Ключове значення у фінансовому складнику мають ступінь ліквідності, ділова активність, дохідність, платоспроможність підприємства, залучення зовнішніх фінансових ресурсів, інвестування наявних коштів, загальний фінансовий стан підприємства. Для характеристики загального фінансового стану пропонуються як абсолютні (розмір прибутку), так і відносні (рівень рентабельності) показники.

Так, Л.М. Чайникова [4], розглядаючи різні методики визначення конкурентоспроможності підприємства, зазначає, що найбільш прийнятною є методика розрахунків інтегрального показника, що включає в себе вісім груп функціональних елементів: 1) ліквідність і платоспроможність; 2) ринкову стійкість; 3) рентабельність результатів фінансово-господарчої діяльності; 4) оцінку використання організаційно-управлінського персоналу; 5) комерційну активність; 6) оцінку конкурентоспроможності товару; 7) оцінку якості торговельного обслуговування; 8) імідж підприємства.

Звідси, формула для розрахунків інтегрального показника має вигляд:

$$R_{ij} = \sqrt{A_1^2 + A_2^2 + A_3^2 \dots + A_{ij}^2}, \quad (1)$$

де R_{ij} – інтегральний показник розглянутого підприємства й інших j -их конкурентів; $A_1^2 + A_2^2 + A_3^2 \dots + A_{ij}^2$ – одиничні показники оцінки конкурентоспроможності підприємства й інших j -их конкурентів.

Рівень конкурентоспроможності підприємства передбачає співставлення вищенаведеного розрахункового показника з показником підприємства-еталона. Потім за шкалою Ансоффа дається оцінка рівня конкурентоспроможності з використанням такого діапазону:

$0 \leq K \leq 0,4$ – незадовільний;

$0,4 \leq K \leq 0,7$ – задовільний;

$0,7 \leq K \leq 0,8$ – гарний;

$0,8 \leq K \leq 1,0$ – високий рівень конкурентоспроможності.

Із сучасних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства цікавим є комбінований метод, запропонований І. Максимовою [8]. Він ураховує положення теорії ефективної конкуренції й якість продукції, базується на оцінці чотирьох групових показників. До першої групи входять показники, що характеризують ефективність управління виробничим процесом: економічність виробничих витрат, раціональність експлуатації основних засобів, досконалість технології виготовлення товару, організацію праці на виробництві; до другої – ті, що відображають ефективність управління обіговими коштами: незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування, здатність розплачуватися по своїх боргах, можливість стабільного безперервного грошового забезпечення розвитку підприємства в майбутньому. До третьої групи належать показники, що дають змогу отримати уявлення про ефективність управління збутом і просуванням товару на ринку, засоби реклами й стимулювання продажу; до четвертої – показники конкурентоспроможності товару: його якість і ціна.

Для забезпечення репрезентативності оцінки конкурентоспроможності підприємства критерії та показники, що входять у перші три групи, мають свої коефіцієнти вагомості. Визначення цих коефіцієнтів проводиться експертним методом.

Розрахунки окремих критеріїв і коефіцієнта конкурентоспроможності проводиться за формулою середньої зваженої арифметичної:

$$K_{kn} = a_1 \times E_e + a_2 \times \Phi_c + a_3 \times E_3 + a_4 \times K_m, \quad (2)$$

де K_{kn} – коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства; E_e – значення критерію ефективності виробничої діяльності підприємства; Φ_c – значення критерію фінансового становища підприємства; E_3 – значення критерію ефективності організації збуту й просування товару на ринку; K_m – значення критерію конкурентоспроможності товару; a_1, a_2, a_3, a_4 – коефіцієнти вагомості критеріїв.

$$E_b = b_1 \times V + b_2 \times \Phi + b_3 \times P_T + b_4 \times \Pi_n, \quad (3)$$

де E_b – критерій ефективності виробничої діяльності підприємства; V – відносний показник витрат виробництва на одиницю продукції; Φ – відносний показник фондівддачі; P_T – відносний показник рентабельності товару; Π_n – відносний показник продуктивності праці; b_1, b_2, b_3, b_4 – коефіцієнти вагомості показників.

$$\Phi_n = c_1 \times K_a + c_2 \times K_n + c_3 \times K_n + c_4 \times Ob, \quad (4)$$

де Φ_n – критерій фінансового становища

підприємства; K_a – відносний показник автономії підприємства; K_n – відносний показник платоспроможності підприємства; K_l – відносний показник абсолютної ліквідності підприємства; O_6 – відносний показник оборотності обігових коштів; c_1, c_2, c_3, c_4 – коефіцієнти вагомості показників.

$$E_3 = z_1 \times P_{\Pi} + z_2 \times K_3 + z_3 \times K_{\text{вп}} + z_4 \times K_p, \quad (5)$$

де E_3 – критерій ефективності організації збуту й просування товару на ринку; P_{Π} – відносний показник рентабельності продажу; K_3 – відносний показник забезпечення підприємства готовою продукцією; $K_{\text{вп}}$ – відносний показник використання й завантаження виробничої потужності; K_p – відносний показник ефективності реклами і засобів стимулювання збуту; z_1, z_2, z_3, z_4 – коефіцієнти вагомості показників.

При цьому розрахунок критерію конкурентоспроможності товару можна провести за формулою:

$$K_r = \frac{K}{Ц}, \quad (6)$$

де K_m – показник конкурентоспроможності товару; K – показник якості товару; $Ц$ – величина ціни товару.

Під час використання вищевказаного методу розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності промислового підприємства треба реалізувати три послідовні етапи.

Етап 1. Розрахунки одиничних показників конкурентоспроможності підприємства і представлення їх у відносних величинах (балах). Для переведення показників у відносні величини проводиться їхнє порівняння з базовими показниками, якими можуть бути: середньогалузеві показники, показники будь-якого конкуруючого підприємства або підприємства – лідера на даному сегменті ринку, або ж показники даного підприємства за минулі відрізки часу. Під час реалізації такого алгоритму використовується 10-бальна шкала. При цьому трьома балами оцінюється показник, що має значення гірше, чим базовий; п'ятьма балами – на рівні базового; десятьма балами – кращий, аніж базовий.

Етап 2. Розрахунки критеріїв конкурентоспроможності по представлених вище формулах.

Етап 3. Розрахунок загального коефіцієнту конкурентоспроможності підприємства з включенням та врахуванням вагомості всіх визначених критеріїв.

Розглянутий метод має явні переваги. Він є зручним для використання під час дослідження конкурентоспроможності виробничого підприємства, охоплює основні напрями господарчої діяльності.

Разом із тим в його основу закладена експертна оцінка показників вагомості кожного коефіцієнта, а така оцінка не може вважатися абсолютно достовірною. Експертні методи прості у використанні, не потребують збирання повної інформації про конкурентів, оскільки базуються на думці досвідчених фахівців. Проте перевага таких методів є водночас їхнім недоліком, бо іноді суб'єктивізм експертів може спотворювати результати оцінки. До того ж як принцип об'єднання одиничних показників у комплексний використовується принцип зваженої суми критеріїв. Цей принцип може спотворювати оцінку конкурентоспроможності підприємства, тому що нівелює вплив високих і низьких значень одиничних показників конкурентоспроможності (наприклад, низький коефіцієнт поточної ліквідності й висока рентабельність продукції).

Але цей популярний метод, як і вищевказаний метод розрахунку конкурентоспроможності восьми груп функціональних елементів, неодмінно включає в себе розрахунок основних показників фінансового стану підприємства. Це показник ліквідності, який характеризує якісний склад засобів, які є джерелами покриття поточних зобов'язань підприємства; показник платоспроможності, який відображає здатність підприємства виконувати свої фінансові зобов'язання та визначає ймовірність банкрутства; показник автономії, який характеризує незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування, та ін. На думку багатьох авторів [2; 4; 9], урахування фінансового складника під час розрахунків комплексного показника конкурентоспроможності дає змогу охопити найбільш важливі результати оцінки господарської діяльності підприємства та швидко й ефективно отримати картину стану підприємства на галузевому конкурентному ринку.

Висновки з цього дослідження. Оцінку конкурентоспроможності господарюючого суб'єкту можна проводити як по одному підприємству, так і порівняно з іншими представниками ринку. Фінансовий складник в оцінці конкурентоспроможності підприємств представляє собою групу основних внутрішніх стимулюючих конкурентних чинників постійної дії. Вплив основних чинників на рівень конкурентоспроможності є визначальним, саме вони є вирішальними у забезпеченні реалізації стратегічних цілей та підпорядкованих їм

основних завдань підприємства. Саме тому включення фінансового складника в комплексний показник конкурентоспроможності підприємства розуміється як надання конкретної інформації про фінансове становище суб'єкту. Фінансове становище – це фактично показники фінансової стійкості, які залежать від таких розрахункових величин, як: загальна (абсолютна) і відносна ліквідність, автономія підприємства і його платоспроможність, оборотність обігових коштів. При цьому недостатність фінансових ресурсів може розглядатися як гальмівний чинник у забезпеченні конкурентоспроможності.

Очевидно, що економічний стан промислового підприємства, його фінансове становище

є наслідком того, яку продукцію воно виробляє. Своєю чергою, конкурентоспроможність продукції визначається економічним і фінансовим станом підприємства, від якого залежить його маркетингова, інноваційна та інвестиційна активність, а отже, і прибутковість. Українці важливо в подальших дослідженнях на базі врахування фінансового складника виділяти та формувати низку резервів, які дадуть змогу підтримувати подальшу конкурентоспроможність підприємства в динамічному ринковому середовищі. Це, насамперед, резерви фінансової стійкості: використання власного капіталу, залучення позикового капіталу, формування стійких показників інвестиційної привабливості підприємства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации : [учебник] / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Эксмо, 2005. – 544 с.
2. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства : [навч. посіб.] / С.М. Клименко [та ін.]. – К. : КНЕУ, 2006. – 527 с.
3. Мокронос А.Г. Конкуренция и конкурентоспособность : [учеб. пособ.] / А.Г. Мокронос, И.Н. Маврина. – Екатеринбург : Уральский ун-т, 2014. – 194 с.
4. Чайникова Л.Н. Конкурентоспособность предприятия : [учеб. пособ.] / Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников. – Тамбов : Тамбовский гос. техн. ун-т, 2007. – 192 с.
5. Бурда А.Г. Рейтинговая оценка конкурентоспособности кондитерских предприятий / А.Г. Бурда, В.В. Кочетов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ej.kubagro.ru/2006/01/pdf/17.pdf>.
6. Лысова Е.А. Разработка организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг / Е.А. Лысова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://institutiones.com/general/2359>.
7. Кривов'язюк І.В. Економічна діагностика / І.В. Кривов'язюк. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 456 с.
8. Максимова И.В. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия / И.В. Максимова // Маркетинг. – 1996. – № 3. – С. 33–39.
9. Безугла Ю.Є. Формування конкурентних пріоритетів підприємства на основі адаптивно-орієнтованого підходу / Ю.Є. Безугла // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2015. – № 819. – С. 9–14.