

ВПЛИВ ФІНАНСОВОГО СТАНУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ

О.П. Литвинюк

Національний університет харчових технологій

Конкурентоспроможність і фінансовий стан є двома основними чинниками успішного розвитку бізнесу підприємства.

Під рівнем фінансового стану розуміється наявність у підприємства вільних оборотних ресурсів, що дозволяють своєчасно погашати заборгованість за поточними зобов'язаннями, а також оперативно реагувати на зміну ринкової кон'юнктури і фінансувати нові програми виробництва і збуту.

Під конкурентоспроможністю розуміється поточне положення підприємства на ринку і тенденції його зміни.

В довгостроковому аспекті конкурентоспроможність визначає рівень фінансового стану фірми.

Порівняльний аналіз конкурентоспроможності і фінансового стану підприємств галузі проводиться при аналізі конкурентного положення підприємства, при проведенні підприємством спеціального маркетингового дослідження ринку для поліпшення власної збутової політики.

Оцінку впливу фінансового стану на конкурентоспроможність підприємств галузі можна провести за допомогою параметричного аналізу та рейтингової оцінки.

Параметричний аналіз використовують у випадку, коли дослідження проводиться в контексті комплексної діагностики бізнесу для з'ясування положення підприємства на ринку і вироблення ефективної конкурентної стратегії доцільно проводити порівняльний аналіз ефективності і фінансового стану на параметричній основі, тобто шляхом зіставлення підприємства і конкурентів по певних параметрах господарської діяльності.

Проведення аналізу конкурентного положення підприємства можна провести в наступній послідовності:

виявлення основних конкурентів підприємства;

виявлення основних сегментів ринку, на яких відбувається конкуренція;

виявлення характеру конкуренції на даному сегменті ринку (цінова, конкуренція якості, конкуренція у сфері каналів збуту ін.);

визначення загальних тенденцій конкурентного положення підприємства на цих сегментах ринку (динаміка частки в ринковому об'ємі продажів);

проведення параметричного аналізу підприємства і конкурентів: (рівень цін, забезпеченість матеріально-технічними ресурсами, забезпеченість кадрами, цінова політика, політика у області постачання сировиною і матеріалами, політика у області збуту, адміністративні обмеження, інше)

Параметричний аналіз з меншою точністю дозволяє формулювати управлінські рекомендації на основі формалізованої обробки даних.

Рейтингова оцінка використовується при цільовому порівнянні ряду підприємств галузі або регіону.

При проведенні рейтингової оцінки підприємства визначають:

критерії відбору показників для рейтингової оцінки;

застосування індексів цін-дефляторів;

урахування галузевої специфіки при складанні моделі рейтингу.

До основних критеріїв, по яких повинен визначатися бал, що привласнюється абсолютним значенням показників залежно від галузевої специфіки слід віднести: рентабельність продукції; балансовий прибуток до сукупних активів; балансовий прибуток до власних засобів; частка зносу основних засобів; балансовий прибуток на одиницю оборотних коштів; коефіцієнти ліквідності і фінансової мобільності (частка чистого оборотного капіталу в оборотних коштах); частку власних засобів в майні.

Для рейтингового підходу характерні два основні обмеження:

одержана оцінка є відносною, а не абсолютною;

порівняльний рейтинг характеризує лише загальний стан бізнесу підприємств, тобто дає, так би мовити, фонову картину.