

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

О.П. Литвинюк

Національний університет харчових технологій

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

Фінансовий стан передбачає наявність у підприємства вільних оборотних ресурсів, що дозволяють своєчасно розраховуватись за поточними зобов'язаннями, а також оперативно реагувати на зміну ринкової кон'юнктури і фінансувати нові програми виробництва і збуту.

Під конкурентоспроможністю розуміється становище підприємства на ринку і тенденції його зміни.

В довгостроковому аспекті конкурентоспроможність визначає рівень фінансового стану фірми.

Взаємозв'язок конкурентоспроможності і фінансового стану хлібопекарських підприємств прослідковується при аналізі конкурентного положення підприємства, та проведенні підприємством спеціального маркетингового дослідження ринку для поліпшення власної збутової політики.

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

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

Проведення аналізу конкурентного положення хлібопекарських підприємств можна провести в наступній послідовності:

виявлення основних конкурентів;
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 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;

урахування галузевої специфіки при складанні моделі рейтингу.

Для рейтингового підходу характерні два основні обмеження:

одержана оцінка є відносною, а не абсолютною;

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

До основних критеріїв, по яких повинен визначитися 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.