

УДК 339.137.2

О. В. Мороз, С. С. Воловодюк, І. В. Гребеньок

Вінницький національний технічний університет, Україна

ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПІДХОДУ ТЕОРІЇ ЕФЕКТИВНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Розглянуто категорію «конкурентоспроможність підприємства» як втілення стійкості його виробничо-господарської діяльності. Акцентовано увагу на доцільності визначення конкурентоспроможності підприємства у режимі експрес-аналізу та запровадження постійного моніторингу ключових показників фінансово-господарської діяльності як невід'ємного елемента управління будь-якого господарюючого суб'єкта. Визначено перелік ключових коефіцієнтів, які є інформативно об'єктивними для оцінки рівня конкурентоспроможності вузькоспрямованих підприємств.

Ключові слова: конкуренція, конкурентна боротьба, конкурентоспроможність, фінансово-господарська діяльність, фінансовий аналіз.

Рассмотрена категория «конкурентоспособность предприятия» как воплощение стойкости его производственно-хозяйственной деятельности. Акцентируется внимание на целесообразности определения конкурентоспособности предприятия в режиме экспресс-анализа и внедрения постоянного мониторинга ключевых показателей финансово-хозяйственной деятельности как неотъемлемого элемента управления любого хозяйствующего субъекта. Определено перечень ключевых коэффициентов, которые являются информативно объективными для оценки уровня конкурентоспособности узконаправленных предприятий.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентная борьба, конкурентоспособность, финансово-хозяйственная деятельность, финансовый анализ.

The authors scrutinize the category of «enterprise competitiveness» as an exemplification of stability of its production and economic activities. A focus was placed on the expediency of determining business competitiveness by means of express-analysis and introduction of continuous monitoring of key indices of financial and economic activity as an integral element of managing every kind of business entity. The article contains a designated list of key quotients, which are informatively objective for the assessment of competitiveness level for specialized enterprises.

Keywords: competition, competitive struggle, competitive ability, financial and economic activity, financial analysis.

Загальна теорія конкуренції виходить, зокрема, із того, що конкурують не країни, а окремі виробники чи продавці продукції. Але при цьому економічний успіх держави безпосередньо визначається наявністю конкурентоспроможних галузей і виробництв.

Конкурентоспроможність – це комплексна категорія. Базис конкурентних переваг створюється у всіх ланках суспільного виробництва, у тому числі значною мірою за рахунок структурної перебудови і дієвої промислової політики [1].

Підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників є питання, яке потребує всебічного вивчення та аналізування складників цього процесу та постійного моніторингу конкурентного середовища з урахуванням особливостей національної економіки і світового ринку, умов виробництва і факторів, що можуть сприяти ефективній конкуренції чи бути обмежуючими.

Аспекти забезпечення конкурентоспроможності об'єктів традиційно є предметом досліджень таких вітчизняних науковців, як А. В. Балабанова, В. В. Холлод, С. К. Реверчук, І. О. Піддубний, А. Е. Воронкова, Я. А. Жаліло, В. М. Геєць, Ю. Б. Іванов, О. М. Тищенко та ін., а також зарубіжних: М. Портера, Дж. Сакса, Г. Л. Азоева, А. Ю. Юданова, Ю. Б. Рубіна, Р. А. Фатхутдінова, Т. Г. Філософовой,

Ю. В. Таранухи та ін. [2–6]. У працях зазначених вчених знайшли детальне вивчення питання діяльності підприємства в умовах конкуренції, оцінки і підвищення конкурентоспроможності підприємства і його продукції, класифікації чинників конкурентоспроможності національної економіки, підприємств і продукції. Однак, незважаючи на численість наукових праць із зазначеного питання, розроблення єдиного і визнаного підходу до оцінки конкурентоспроможності підприємства залишається і досі проблематичним, що зумовлює актуальність подальших досліджень у даному напрямі.

Метою статті було виділення ключових максимально інформативних показників для моніторингу стану фінансово-господарської діяльності виробника та його конкурентоспроможності на основі результатів теоретичного огляду методик визначення та оцінки конкурентоспроможності виробника та його продукції.

Для оцінки фінансово-господарської діяльності підприємств застосовано функціональний підхід теорії ефективної конкуренції; проведено коефіцієнтний аналіз ключових параметрів фінансової стійкості підприємств та рівня їхньої конкурентоспроможності.

Конкуренція є стихійним регулятором пропорцій суспільного виробництва, виступає зовнішньою примусовою силою, що змушує приватних товаровиробників підвищувати на своїх підприємствах продуктивність праці, якість продукції, оновлювати її асортимент, розширювати виробництво і т. д. В умовах конкуренції об'єктивно формується конкурентоспроможність товару і підприємства. При цьому конкурентоспроможність товару – це порівняльна характеристика споживачьких і вартісних параметрів даного товару відносно до товару-конкурента. З цих же позицій конкурентоспроможність підприємства можна розглядати як здатність забезпечити вищі споживчі, експлуатаційні, технічні властивості своєї продукції в зіставленні з ринковою ціною, ефективнішу маркетингову політику, розширення або збереження своєї ринкової частки, а також вищі рівні основних показників господарсько-фінансової діяльності (продуктивність праці, рентабельність і т. д.) [3]. Вважаємо, що категорія «конкурентоспроможність підприємства» споріднена за змістом до терміна «стійкість виробничо-господарської діяльності». В деяких економічних дослідженнях ці категорії приводяться як синоніми [4; 5].

Головним інструментом конкуренції на будь-якому ринку є товар, за допомогою якого споживач задовольняє наявні потреби. Висока якість, прийнятна ціна або ексклюзивність товару, що відповідає запитам споживачів, роблять його конкурентоспроможним, а підприємство, що виробляє конкурентоспроможну продукцію, за рахунок більших обсягів продажу, прибутку та популярності своєї торговельної марки, стає конкурентоспроможним. Конкурентні позиції підприємства, таким чином, прямо залежать від конкурентоспроможності його продукції. Товар насамперед виступає як результат виробничо-господарської діяльності, що здійснює підприємство. Саме на підприємстві на етапі технічної підготовки виробництва й безпосередньо у ході виробничого процесу закладаються ті якісні характеристики товару, які формують його споживчу цінність, що відповідає вимогам ринку.

Конкурентоспроможність товару є, безперечно, важливою, але не єдиною умовою конкурентоспроможності підприємства. Підприємство з урахуванням зовнішніх обставин і власних можливостей визначає стратегію просування й збуту продукції, створюючи умови для успішної її реалізації споживачам. Тому поняття «конкурентоспроможність підприємства», крім конкурентоспроможності товару, містить у собі ринкову активність та ефективність його виробничо-господарської діяльності [4; 5].

Конкурентоспроможність галузі, регіону або національної економіки може бути реалізовано тільки через виробничо-господарську діяльність відповідних підприємств. Простежується й зворотний зв'язок: високий рівень конкурентоспроможності країни сприятливо впливає на конкурентоспроможність підприємства.

Аналіз наукової літератури дозволяє виділити такі чотири підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства [4; 7]:

- компаративний;
- ресурсний;
- сполучення компаративного та ресурсного;
- системний.

Компаративний підхід базується на теорії конкурентної переваги, розробленої М. Портером [8], відповідно до якої конкурентоспроможність фірми може бути виявлено тільки в рамках групи підприємств однієї галузі, або серед фірм, що випускають товари-субститути. Конкурентоспроможність тут розглядається як відносна категорія, виявити яку можна лише в порівнянні підприємств у рамках країни й світового ринку.

Ресурсний підхід визначає конкурентоспроможність «як здатність підприємства виробляти та реалізовувати конкурентоспроможну продукцію; конкурентоспроможність залежить від загальної ефективності його діяльності та визначається досконалістю використання ресурсів підприємства» [7].

Трактування конкурентоспроможності підприємства, що базуються на компаративному й ресурсному підходах, відображають головні стратегічні цілі підприємства – і задоволення запитів споживачів, і ефективність виробничо-господарської діяльності в умовах конкурентного середовища. Але загальний недолік цих підходів полягає в тому, що в них не передбачається оцінка ефективності адаптації підприємства до умов навколишнього середовища, що змінюється [4].

Системний підхід до дослідження конкурентоспроможності підприємства базується на глибокому вивченні процесів, які відбуваються у внутрішньому середовищі підприємства, що відображає його взаємовідносини із зовнішнім середовищем.

Ресурсний підхід до визначення конкурентоспроможності підприємства визначає об'єктивний її взаємозв'язок з категорією «потенціал підприємства». Достовірна оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства базується на аналізі його потенційних можливостей. Під потенціалом (стратегічним або конкурентним) у літературі розуміється в тому або іншому сенсі сукупність усіх можливостей підприємства з випуску продукції й/або надання послуг, що охоплює як внутрішні показники діяльності, так і можливості загального керівництва [6].

У своєму баченні змісту категорії «конкурентоспроможність» як системного поняття схиляємося до точки зору Г. Скударь [9], який розглядає потенціал підприємства як «вхід» системи, що складається з фінансових, матеріально-сировинних, виробничо-технологічних, інформаційних та трудових ресурсів, тоді як «вихід» – з нової або удосконаленої продукції та послуг, випробуваних з точки зору потенційної прибутковості, з набору правил узгодженої поведінки, слідування яким дозволяє організації досягати конкурентоспроможності.

В умовах господарювання мета кожного підприємства – знайти своє місце на ринку, тобто створити продукцію, яка б користувалася попитом у споживача, та витримати тягар податків і зборів, що є супутниками підприємницької діяльності. Тому на сьогодні виживають тільки ті підприємства, продукція яких завоювала відповідне коло своїх споживачів, тобто вона сучасна, якісна, має відповідні технічні характеристики і, головне, конкурентоспроможна [10].

Оцінка конкурентоспроможності починається з визначення мети дослідження, вивчення ринку, збору даних про конкурентів і запити потенційних споживачів. Якщо необхідно визначити положення даного товару в ряді аналогічних, то достатньо провести їх пряме порівняння за найважливішими параметрами. Якщо метою дослідження є оцінка перспектив збуту товару на конкретному ринку, то в аналізі необхідно використовувати інформацію, що включає відомості про виробу, які вийдуть на ринок у перспективі, а також відомості про зміну діючих у країні стандартів і законодавства, динаміку споживчого попиту. Незалежно від цілей дослідження, основою оцінки конкурентоспроможності є вивчення ринкових умов, що має проводитись постійно [11].

Ринкові умови виробничо-господарської діяльності змушують підприємства запроваджувати механізм управління якістю на всіх етапах виробництва продукції та дотримуватись його вимог. Визначальними елементами, що справляють найбільш істотний вплив на процеси забезпечення виробництва і постачання споживачам конкурентоспроможної продукції, є стандартизація продукції. Стандартизація – це встановлення норм і вимог до фізичних і розмірних величин вироблених виробів і продуктів, напівфабрикатів, сировини і матеріалів. Такі норми і вимоги оформляються у вигляді стандартів. При цьому необхідно враховувати, що стандарт на продукцію є основним нормативно-технічним документом, оскільки в ньому встановлюються показники якості, виходячи з досягнень науки, техніки та попиту ринку [10; 12; 13].

Аналіз конкурентоспроможності починається з оцінки нормативних параметрів. Якщо хоча б один з них не відповідає рівню, що запропонований чинними нормами і стандартами, то подальша оцінка конкурентоспроможності продукції недоцільна, незалежно від результату порівняння за іншими параметрами. Водночас перевищення норм, стандартів законодавства не може розглядатися як перевага продукції, оскільки з погляду споживача воно часто є марним і споживчої вартості не збільшує [14].

Єдиної загальноприйнятої методики оцінки конкурентоспроможності виробника поки що не розроблено. Неоднозначність існуючих у сучасній економіці методичних підходів до дослідження конкурентоспроможності підприємства зумовлює і множинність використаних методів її оцінки.

Принципово всі вживані методи визначення і оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства можуть бути об'єднані у дев'ять груп.

1. Методи, засновані на аналізі порівняльних переваг.
2. Методи, що базуються на теорії рівноваги фірми і галузі.
3. Методи, побудовані на основі теорії ефективної конкуренції.
4. Методи, засновані на теорії якості товару.
5. Матричні методи оцінки конкурентоспроможності.
6. Комплексні методи (в т.ч. інтегральні)
7. Метод, заснований на теорії мультиплікатора.
8. Метод визначення позиції в конкуренції з погляду стратегічного потенціалу підприємства.
9. Методи, засновані на порівнянні з еталоном (модифікація комплексних методів із застосуванням інтегральних оцінок).

Вказані методи кардинально відрізняються за своєю сутністю та базою формування показників конкурентоспроможності. Використання їх може бути зручним в різних ситуаціях залежно від специфіки галузі, до якої належить досліджуваний об'єкт [15; 16].

Варіантом методу комплексної порівняльної оцінки є метод, заснований на теорії ефективної конкуренції. В межах цієї теорії існує два основних підходи до визначення критерію конкурентоспроможності: структурний і функціональний.

Відповідно до структурного підходу, оцінка становища підприємства може бути зроблена, виходячи із значення рівня монополізації галузі, тобто концентрації виробництва і капіталу та бар'єрів вступу на заданий галузевий ринок нових компаній.

Визначати конкурентоспроможність можна також за допомогою функціонального підходу, відповідно до якого найбільш конкурентоспроможними є ті підприємства, на яких найкращим чином організовані виробництво і збут продукції, ефективно управління фінансами.

Предметом аналізу є три групи показників:

– у першу групу входять показники, що відображають ефективність виробничо-збутової діяльності підприємства – це перш за все відношення чистого прибутку до чистого оборотного капіталу;

– друга група показників характеризує стан виробничої сфери підприємства (інтенсивність використання основного і оборотного капіталу), що має своє відображення у відношенні чистих продаж до чистої вартості матеріальних активів, до чистого оборотного капіталу, до вартості матеріально-виробничих запасів та ін.;

– третю групу складають показники, пов'язані із фінансовою діяльністю підприємства: відношення оборотного капіталу до поточних зобов'язань, відношення довгострокових зобов'язань до чистого оборотного капіталу та ін. [17].

Перевагою функціонального методу є використання показників, що дозволяють проводити аналіз роботи підприємства і робити висновки про різні сторони його господарської діяльності, можливість оцінити фінансове становище, кредитоспроможність фірми, а також ступінь комерційного ризику, пов'язаного з даним підприємством [16].

Водночас цей підхід має і деякі недоліки. До останніх можна віднести складність розмежування показників першої і другої груп, обґрунтування підсумкової інтегральної оцінку рівня конкурентоспроможності підприємства, а також значні обсяги розрахунків. Проте для аналізу виробничо-господарської діяльності вузькоспрямованого підприємства, що є виробником одного чи декількох продуктів, якість яких регламентована відповідним стандартом використання даного методу, є доцільним і особливу увагу слід зосередити саме на показниках фінансової стійкості виробника [18].

У ринкових умовах запорукою виживання і основою стабільного стану підприємства є його фінансова стійкість. Вона відображає стан фінансових ресурсів підприємства, при якому є можливість вільно маневрувати коштами, ефективно їх використовувати, забезпечуючи безперебійний процес виробництва і реалізації продукції, враховуючи витрати на його розширення і оновлення.

В роботах багатьох науковців [18; 19] зазначається, що фінанси є індикатором конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта на ринку. Тому стійкий фінансовий стан підприємства є запорукою його життєдіяльності в умовах ринкової економіки. Ефективна фінансово-господарська діяльність підприємства повинна базуватися на системі найважливіших фінансово-економічних показників. Від їхнього правильного вибору залежить прийняття управлінських рішень, що стосуються складу, структури і вартості активів, капіталу підприємства, величини власного капіталу, довгострокових і короткострокових позикових коштів, обсягу виручки і прибутку від реалізації і способів їх досягнення.

Фінансовий стан – це найважливіша характеристика економічної діяльності підприємства в зовнішньому середовищі. Фінансовий аналіз є методикою оцінки поточного і перспективного фінансового становища підприємства на підставі вивчення залежності і динаміки показників фінансової інформації. Основною метою фінансового аналізу є отримання певної кількості ключових параметрів, що зображують об'єктивну і точну картину фінансового становища підприємства, його прибутків і видатків, змін у структурі активів і пасивів, у розрахунках із дебіторами і кредиторами. При цьому особливе значення має прогноз на найближчу і подальшу перспективу, тобто очікувані параметри фінансового становища [18].

Комплексний фінансовий аналіз повинен враховувати всі найважливіші параметри (показники) фінансово-господарської діяльності підприємства. Існують різні методи комплексного аналізу фінансового стану підприємства: метод коефіцієнтів, метод групувань, метод порівнянь, рейтингові системи оцінки. Його вибір залежить від низки чинників: типу економічної системи, ступеня розвиненості ринкових відносин, особливостей побудови балансу та інших форм звітності, галузевих особливостей, виду діяльності, форми власності підприємства тощо. Методи аналізу можуть використовуватися паралельно, а також частково, доповнюючи один одного. Так, кількісні методи аналізу не враховують такої характеристики підприємства, як репутація, тоді як рейтингові системи оцінки орієнтовані на врахування чинників суб'єктивного характеру.

Широкого застосування як у вітчизняній, так і в зарубіжній практиці набув метод коефіцієнтів, який дозволяє отримувати важливі показники діяльності підприємства. Перевагою даного методу є простота у розрахунках, але за його застосування часто виникають певні обмеження, у результаті недооцінки яких можна отримати неадекватну оцінку і зробити помилкові висновки. Так, наприклад, під впливом інфляції ціна активів, відображена у балансі, може суттєво відрізнятись від реальної їхньої вартості, тому під час аналізу коефіцієнтів у динаміці необхідно враховувати інфляційні зміни і проводити аналіз виважено та обережно.

Деякі великі підприємства і фірми мають філії та дочірні компанії у різних галузях економіки, тому середні значення фінансових коефіцієнтів для них визначити важко. Це зумовлює застосування методу коефіцієнтів зручнішим та ефективнішим для аналізу невеликих вузькоспрямованих підприємств, а не багатогалузевих фірм [20]. Значна кількість коефіцієнтів, а також їхні різноманітність та різноманітність ускладнюють виявлення загальних тенденцій у фінансовому становищі підприємства.

На нашу думку, система коефіцієнтів для оцінки фінансового становища виробника має відповідати таким вимогам:

- фінансові коефіцієнти повинні бути максимально інформативними і відображати цілісну картину стійкості фінансового становища;
- в економічному змісті фінансові коефіцієнти в основному мають бути однакового спрямування (збільшення коефіцієнта означає поліпшення фінансового становища);
- для всіх фінансових коефіцієнтів повинні бути визначені числові нормативи мінімального задовільного рівня або діапазону змін;
- фінансові коефіцієнти повинні розраховуватися тільки за даними публічної бухгалтерської звітності підприємств;
- фінансові коефіцієнти повинні давати можливість проводити рейтингову оцінку підприємства як у просторі (порівняно з іншими підприємствами), так і в часі (за рід періодів).

На основі цих вимог пропонується використовувати п'ять показників, які найчастіше застосовуються і найповніше характеризують фінансове становище підприємства:

- коефіцієнт забезпеченості власними коштами;
- коефіцієнт загальної ліквідності (коефіцієнт покриття);
- коефіцієнт оборотності активів;
- рентабельність операційної діяльності;
- рентабельність власного капіталу.

Коефіцієнт забезпечення власними коштами (коефіцієнт автономії, незалежності) характеризує наявність у підприємства власних оборотних коштів, необхідних для його стійкості. Нормативне значення $K_{звк} \geq 0,5$.

Коефіцієнт загальної ліквідності що характеризує ступінь покриття всіма оборотними активами підприємства суми поточних зобов'язань. Нормативне значення $K_{зл} \geq 1,5-2,5$, але не менше 1,0. Цей коефіцієнт варіює залежно від галузі, відображаючи особливості виробничого процесу.

Коефіцієнт оборотності активів (авансованого капіталу) відображає швидкість обороту сукупного капіталу, або скільки грошових одиниць реалізованої продукції припадає на одну грошову одиницю активів.

Рентабельність операційної діяльності характеризує ефективність виробничої діяльності підприємства, а також ефективність політики ціноутворення. Нормативна вимога до $R_{од}$ непрямо зумовлена рівнем дисконтної ставки НБУ.

Рентабельність власного капіталу показує, наскільки ефективно підприємство використовує свій власний капітал. Нормативне значення $R_{вк} \geq 2,0$ [21; 22].

Особливістю наведеної системи показників є те, що всі вони мають однакову спрямованість. Це означає, що чим вищий рівень показника або чим вищий темп його зростання, тим надійніше фінансове становище підприємства, що оцінюється. Запропонована система показників базується на даних фінансової звітності підприємства, що робить оцінку масовою, дозволяє контролювати зміни у фінансовому становищі підприємства всіма учасниками економічного процесу. Вона є відкритою для внесення будь-яких логічних змін та доповнень, пов'язаних зі змінами економічної політики в країні й відповідними змінами методики статистичних спостережень і розрахунків [20; 23].

Водночас слід зазначити, що всі відомі підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства не розглядають як основні критерії і відповідні показники, що характеризують соціальні функції суб'єктів господарської діяльності. Априорі зв'язок між виробничими і соціальними функціями сучасного підприємства не потребує теоретичного доведення, але фактично моделей залежності між ними, які б ґрунтувалися на достатній емпіричній основі, у науковій літературі до останнього часу наведено не було. Таким чином, завдання ідентифікації соціальних функцій як потенційного індикатора моделі конкурентоспроможності підприємства залишається предметом перспективних досліджень.

У межах даної статті, відповідно до функціонального підходу теорії ефективної конкуренції, аналізувалися показники фінансово-господарської діяльності підприємств Вінницької області ПП «Компанія «Володимирський масив» і ТОВ «Літинський цегельний завод», що є виробниками цегли, черепиці та інших будівельних виробів з випаленої глини.

Вищезазначені підприємства у провадженні своєї господарської діяльності дотримуються загальнодержавних стандартів, якість продукції регламентується

відповідними законодавчими актами, зокрема, ДСТУ Б В.2.7.-61.2008 «Будівельні матеріали. Цегла та камені керамічні рядові та лицьові» затвердженим Міністерством регіонального розвитку та будівництва України.

Фінансова звітність суб'єктів малого підприємництва представлена двома формами – форма № 1-м «Баланс» та форма № 2-м «Звіт про фінансові результати», складання яких регулюється Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» (П(С)БО 25). Слід зазначити, що внаслідок застосування спрощеного плану рахунків бухгалтерського обліку суб'єктами малого підприємництва з 2010 року форма № 2 отримала ще більш спрощену форму, тому проводити аналіз стало важче. Це пов'язано з тим, що тепер операційні витрати, які до цього відображались по елементах, тепер виключені з форми. Тому для рівнозначності оцінки показників по підприємствах, що аналізуються, буде розраховуватись загальна рентабельність діяльності.

Таблиця 1

Аналіз показників ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств у 2010–2012 рр.

Назва показника	Формула розрахунку показника	ПП «Компанія «Володимирський масив»			ТОВ «Лігинський цегельний завод»			Норматив. значення показника
		2010	2012	+/-	2010	2012	+/-	
Коефіцієнт автономії	Власний капітал/Вартість майна підприємства	0,77	0,72	+0,05	0,25	0,42	+0,17	$\geq 0,5$
Коефіцієнт покриття	Оборотні активи/Поточні зобов'язання	0,41	0,45	+0,04	0,61	0,72	+0,11	$\geq 1,5-2,5$
Коефіцієнт оборотності активів	Чиста виручка від реалізації продукції/Середньорічна вартість активів	0,91	0,53	-0,38	0,62	0,77	+0,15	Зростання
Рентабельність власного капіталу, %	Чистий прибуток/Серед. вартість власного капіталу $\times 100$	7,00	0,97	-6,03	0,83	3,84	+3,01	Зростання
Рентабельність діяльності, %	Чистий прибуток/Чиста виручка від реалізації прод. $\times 100$	4,77	1,28	-3,49	0,37	1,81	+1,44	Зростання

Дані, наведені в табл. 1, відображають по ПП «Компанія «Володимирський масив» тенденцію до погіршення більшості аналізованих показників. Слід зазначити, що значення коефіцієнта автономії є вищим від нормативно рекомендованого, що свідчить про досить велику частку власного капіталу у структурі джерел фінансування підприємства і забезпечує йому фінансову стійкість; значення коефіцієнта покриття значно нижче від нормативного, що вказує на відсутність у підприємства реальної можливості погасити поточні зобов'язання за рахунок оборотних активів. Показники рентабельності мають тенденцію до зниження, це інформує про низький рівень ефективності господарської діяльності. За відсутності позитивно спрямованих змін у роботі даного суб'єкта господарювання є реальний ризик до погіршення як загальної ефективності фінансово-виробничої діяльності, так і конкурентоспроможності.

Показники фінансово-господарської діяльності по ТОВ «Літинський цегельний завод» мають загальну тенденцію до зростання, однак коефіцієнти покриття та автономії знаходяться за межею мінімального нормативно рекомендованого рівня, що є досить тривожним фактором, оскільки вказує на відсутність фінансової стійкості виробника. Слід зазначити, що зростання коефіцієнта автономії у 2012 р. відбулося за рахунок залучення додаткового капіталу, який було спрямовано на придбання нового устаткування, що мало позитивне відображення у зростанні показників рентабельності як власного капіталу, так і діяльності виробника.

Враховуючи нестабільність зовнішнього середовища, визначення конкурентоспроможності підприємства у режимі експрес-аналізу повинно бути невід'ємним елементом діяльності будь-якого господарюючого суб'єкта. В зв'язку з цим, на нашу думку доречно доповнити запропонований у роботах [20–23] перелік ключових показників оцінки стану фінансово-господарської діяльності виробника коефіцієнтом Бівера (K_B), що показує співвідношення суми самофінансованого доходу (прибуток та амортизація) до загальної суми зобов'язань підприємства та розраховується за формулою:

$$K_B = \frac{\text{Чистий прибуток (р.220ф.2)} + \text{Амортизація (р.260ф.2)}}{\text{Розділ III пасиву (р.480ф.1)} + \text{Розділ IV пасиву (р.620ф.1)}} \quad (1)$$

Даний показник дозволяє своєчасно виявити тенденції формування незадовільної структури балансу у прибуткового підприємства та застосовується в експрес-аналізі фінансового стану виробника щодо ймовірності банкрутства. Значення коефіцієнта Бівера, що рекомендується по міжнародних стандартах, – 0,17–0,4. Ознакою формування незадовільної структури балансу є такий фінансовий стан підприємства, за якого протягом тривалого часу (1,5–2 роки) коефіцієнт Бівера не перевищує 0,2, що свідчить про небажане скорочення частки прибутку, спрямованої на розвиток виробництва [24; 25].

З огляду на багатоваріантність підходів до оцінювання конкурентоспроможності сучасного підприємства, є обґрунтованим акцентування на оцінюванні основних фінансово-економічних показників його діяльності відповідно до теорії ефективної конкуренції. Це необхідно для того, щоб одержати обмежену кількість, але найбільш інформативних, параметрів, які відображають максимально об'єктивну та точну картину фінансово-господарського становища суб'єкта господарювання. Водночас, доповнення запропонованого в науковій літературі набору ключових показників коефіцієнтом Бівера дозволяє своєчасно виявити тенденції формування незадовільної структури балансу підприємства, що робить процес оцінювання та аналізування більш інформативним та надає змогу приймати більш адекватні управлінські рішення.

Бібліографічні посилання

1. **Крамаренко Г. О.** Фінансовий аналіз : підручник / Г. О. Крамаренко, О. Є. Чорна. – К. : Центр учбової літератури. 2008. – 392 с.
2. **Гець В. М.** Цінова конкурентоспроможність чи цінова стабільність: дуалізм політики економічного зростання / В. М. Гець // Економіка і прогнозування. – 2005. – № 4. – С. 9–31.
3. **Осипов В. І.** Економіка підприємства : підручник / В. І. Осипов. – О.: Маяк, 2005. – 724 с.
4. **Іванов Ю. Б.** Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток : монографія / Ю. Б. Іванов, П. А. Орлова, О. Ю. Іванова. – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 352 с.

5. **Зятковський І. В.** Фінанси підприємства : навч. посіб. / І. В. Зятковський. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К. : Кондор, 2003. – 364 с.
6. **Іванов Ю. Б.** Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток : монографія / Ю. Б. Іванов, П. А. Орлов, О. Ю. Іванова. – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 352 с.
7. **Юданов А. Ю.** Конкуренция: теория и практика : учеб.-прак. пособ. / А. Ю. Юданов. – М. : Тандем; ГНОМ-ПРЕСС, 1999. – 416 с.
8. **Портер Майкл Э.** Конкуренция : пер. с англ. : учеб. пособ. / Э. Майкл Портер. – М. : Вильямс, 2000. – 495 с.
9. **Скударь Г. М.** Управление конкурентоспособностью крупного АТ: проблемы и решения / Г. М. Скударь. – К. : Наукова думка, 2004. – 496 с.
10. **Петренко М. І.** Економіка підприємства : навч. посіб. / М. І. Петренко, А. Г. Драбовський, В. М. Петренко. – Вінниця : Консоль, 2010. – 510 с.
11. **Семенов Г. А.** Міжнародні економічні відносини: аналіз стану, реалії і проблеми : навч. посіб. / Г. А. Семенов, М. О. Панкова, А. Г. Семенов. – 2-ге вид., перер. і доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 232 с.
12. Економіка підприємства / за заг. ред. П. В. Круша, В. І. Подвігіної, Б. М. Сердюка. – 2-ге вид., – К. : Ельга-Н; КНТ, 2009. – 780 с.
13. Економіка підприємства: теорія і практикум : навч. посіб. / за ред. доц. Н. Г. Міценко, доц. О. І. Яценко. – Львів : Магнолія-2006, 2008. – 688 с.
14. Управление качеством : учебник для бакалавров / Е. А. Горбашко. – М. : Изд-во Юрайт, 2012. – 463 с.
15. **Косянчук Т. Ф.** Економічна діагностика : навч. посіб. / Т. Ф. Косянчук, В. В. Лукянова, Н. І. Майорова, В. В. Швид; за заг. ред. Т. Ф. Косянчук. – Львів : Новий Світ. – 2007. – 452 с.
16. **Войтоловський Н. В.** Комплексный экономический анализ предприятия / Н. В. Войтоловський, А. П. Калинина, И. И. Мазурова. – СПб. : Питер, 2009. – 576 с.
17. **Сумець О. М.** Оцінка конкурентоспроможності сучасного промислового підприємства : посіб. для студентів екон. спец. / О. М. Сумець, О. Є. Сомова, Є. Ф. Пеліхов. – К. : Професіонал, 2007. – 208 с.
18. **Крамаренко Г. О.** Фінансовий аналіз : підручник / Г. О. Крамаренко, О. Є. Чорна. – К. : Центр учбової літератури. – 2008. – 392 с.
19. Міжнародна економіка : підручник / [А. П. Румянцев, Г. Н. Клишко, В. В. Рокоча та ін]; за ред. А. П. Румянцева. – К. : Знання Прес, 2003. – 447 с.
20. **Литвин Б. М.** Фінансовий аналіз : навч. посіб. / Б. М. Литвин, М. В. Стельмах. – К. : Хай-Тек Прес, 2008. – 336 с.
21. **Партин Г. О.** Фінанси підприємств : навч. посіб. / Г. О. Партин, А. Г. Загородній. – Львів : ЛБІ НБУ, 2003. – 265 с.
22. **Пазинич В. І.** Фінансовий менеджмент : навч. посіб. / В. І. Пазинич, А. В. Шулешко. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 408 с.
23. **Сідун В. А.** Економіка підприємства : навч. посіб. / В. А. Сідун, Ю. В. Пономарьова. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 436 с.
24. **Грабовецький Б. Є.** Економічний аналіз : навч. посіб. / Б. Є. Грабовецький. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 256 с.
25. **Мних Є. В.** Економічний аналіз : навч. посіб. / Є. В. Мних. – К. : Знання, 2011. – 630 с.

Надійшла до редколегії 21.11.2013