

- показатели рентабельности и оборачиваемости активов также повышаются и свидетельствуют об эффективности инвестиционной деятельности;

- рост эффекта финансового рычага при соблюдении основного условия ( $ROA > Цзк$ ) наблюдается при уровне рентабельности собственного капитала свыше 5%, т.е. при таком значении рентабельности собственного капитала ГУП ОПХ «Григорьевское» выгодно привлекать заемные средства для развития производства.

Таким образом, ГУП ОПХ «Григорьевское» рекомендуем стремиться к достижению уровня рентабельности не менее 9%.

В спрогнозированном нами базовом варианте бюджета ГУП ОПХ «Григорьевское» значение рентабельности СК составляет 4%, и для того, чтобы повысить его уровень до 9%, необходимо сократить материальные затраты не менее чем на 16%.



УДК 339.1

Э.А. Круг

## ХАРАКТЕРИСТИКИ МЕТОДИК ОПРЕДЕЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, критерий, показатель, кадровый потенциал, затратный подход, ресурсный подход, единичный показатель конкурентоспособности, комплексный показатель конкурентоспособности, уровень конкурентоспособности.

Функционирование любого предприятия происходит в условиях жесткой конкурентной борьбы. В условиях рыночной экономики основной целью предприятий является получение высокой прибыли на основе эффективных форм хозяйствования и управления, обеспечения необходимого качества обслуживания, которое зависит от определенных факторов, подлежащих количественной и качественной оценке.

Анализ конкурентоспособности предприятия – это расчет и анализ критериев и

### Библиографический список

1. Коупленд Том. Стоимость компании: оценка и управление / Том Коупленд, Тим Коллер, Джек Мурин; пер. с англ.; 2-е изд. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. 576 с.

2. Лебедев В.Г. Управление затратами на предприятии: учебное пособие / В.Г. Лебедев, Т.Г. Дроздова, В.П. Кустарев. 2-е изд. перераб. и доп.; под общ. ред. Г.А. Краюхина. СПб.: Изд. дом «Бизнес-пресса», 2006. 352 с.

3. Харитоновна Е.Н. Бюджетирование как инструмент оперативного управления предприятием: дис. канд. экон. наук: 08.00.05; защищена 2002 г. / Екатерина Николаевна Харитоновна. М., 2002. 95 с.

4. Хруцкий В.Е. Внутрифирменное бюджетирование: настольная книга по постановке финансового планирования / В.Е. Хруцкий, Т.В. Сизова, В.В. Гамаюнов. М.: Финансы и статистика, 2004. 400 с.

комплекса показателей, формирующих его конкурентоспособность.

При оценке конкурентоспособности требуется четкая определенность в вопросе выбора критериев и показателей определяющих эффективность функционирования предприятия на рынке.

Критерий определяется как признак, на основе которого производится классификация, оценка [1]. С помощью критериев деятельности характеризуются количественные и качественные стороны деятельности предприятий, определяющие достижение поставленных целей. Требуется четкая определенность при выборе критериев оценки конкурентоспособности предприятий. Критерии, в свою очередь, характеризуются набором показателей.

Показатель – это численная характеристика отдельных сторон деятельности. В ходе анализа и сопоставления показателей

изучается их динамика на данном предприятии в сравнении с показателями аналогичных предприятий [1]. Без выработки показателей невозможно осуществить оценку достигнутых результатов с запланированными при проведении анализа конкурентоспособности предприятия.

Анализ научных публикаций по данному проблемному полю показывает, что разные авторы предлагают различные критерии и показатели по оценке конкурентоспособности предприятий.

В представленных на сегодняшний день методиках предлагается использовать при оценке конкурентоспособности производственный потенциал предприятия и результаты его деятельности. В основном они ориентированы на материальную сторону деятельности предприятия, что не позволяет объективно оценить его конкурентоспособность.

Оценка уровня конкурентоспособности предприятия основана на разработке комплексного показателя оценки эффективности функционирования предприятия на рынке, ориентированного на исследование конкурентных преимуществ в условиях ограниченной информационной базы исследования.

Отдельные авторы особое внимание уделяют затратному и ресурсному подходам при обеспечении конкурентоспособности предприятия.

Затратный подход основан на достижении эффекта хозяйственной деятельности, получаемого с единицы совокупных затрат или затрат живого и овеществленного труда. Применение затратного подхода отражает отношение реализованной продукции (полученной прибыли) к общей стоимости затрат на реализацию данной продукции.

Ресурсный подход основан на оптимальном использовании различных видов ресурсов, которыми обладает предприятие (финансовых, трудовых, материальных).

Использование данных подходов в оценке конкурентоспособности предприятия позволяет более глубоко оценить эффективность хозяйственной деятельности предприятия, определить пути по повышению конкурентоспособности.

Согласно А. Томпсону и Дж. Стрикленду в качестве единичных показателей конкурентоспособности организации могут выступать относительные значения, полученные путем деления конкретных показателей на максимально возможное

их значение или на более высокие показатели предприятий-конкурентов, тогда комплексный показатель (K) конкурентоспособности будет иметь вид:

$$K = \sum_{i=1}^n Ki, \quad (1)$$

где  $K_i$  – единичный показатель конкурентоспособности;

$n$  – число показателей.

Применение данной методики расчета позволит оценить уровень конкурентоспособности организации по отношению к конкуренту. Это достаточно простой метод, но его недостатком является различие в оценке важности значений при оценке общей конкурентоспособности [2].

Ряд авторов используют в качестве оценки уровня конкурентоспособности организации средневзвешенное значение арифметического показателя единичных показателей:

$$K = \sum_{i=1}^n WiKi, \quad (2)$$

где  $K_i$  – единичные показатели конкурентоспособности организации;

$W_i$  – значимость  $i$ -того показателя;

$n$  – число показателей.

Определение конкурентоспособности через оценку конкурентоспособности отдельных видов продукции предлагает использовать в.л. Белоусов [3]. Каждый показатель он определяет как сумму коэффициентов: рыночной доли, уровня цен, предпродажной подготовки, изменения объемов продаж, рекламной деятельности, доведения продукта до потребителя, уровня персональных продаж, использование связей с общественностью, деленное на их количество. Коэффициент маркетингового тестирования конкурентоспособности по В.Л. Белоусову (K):

$$K = \frac{\sum_{i=1}^n Ki}{n}, \quad (3)$$

где  $K_i$  – показатель конкурентоспособности отдельного вида продукции организации;

$n$  – общее число всей продукции.

Методику, основанную на привлекательности продукции для потребителя, по отношению к цене потребления предлагает Н.Е. Свириденко (K):

$$Ki = \frac{E}{P}, \quad (4)$$

где  $E$  – полезный эффект от потребления продукции, определяемый отношением показателей, по которым продукция более привлекательна для потребителей к общему числу показателей;

$P$  – цена потребления.

Использование методики, предложенной Н.Е. Свириденко, позволяет оценить продукцию как по количественным, так и по качественным показателям [2].

Е.Н. Ялунина предлагает следующую методику оценки конкурентоспособности предприятий [4]:

$$K_{кп} = K_1 \text{Экп} + K_2 \text{Эф} + K_3 \text{Экоп} + K_4 \text{Эрпп}, \quad (5)$$

где  $K_i$  – коэффициенты значимости каждого блока, которые определяются на основе ранжирования мнений экспертов;

Экп – процесс эффективности процесса купли-продажи;

Эф – коэффициент финансовой устойчивости предприятия;

Экоп – коэффициент качества обслуживания покупателей;

Эрпп – коэффициент рыночного положения предприятия.

И. Максимов предлагает следующую методику также с использованием значений (весомости) критериев, отражающих хозяйственную деятельность предприятия ( $K_{кп}$ ):

$$K_{кп} = 0,15 \text{Эп} + 0,29 \text{Фп} + 0,23 \text{Эс} + 0,33 \text{Ат}, \quad (6)$$

где 0,15; 0,23; 0,29; 0,33 – значение критериев оценки;

Эп – значение критерия эффективности производственной деятельности предприятия;

Фп – значение критерия финансового положения предприятия;

Эс – значение критерия эффективности организации сбыта и продвижения товара на рынке;

Ат – значение критерия конкурентоспособности продукции.

Методы, предложенные Е.Н. Ялуниной и И. Максимовым, позволяют провести оценку комплексных показателей конкурентоспособности как для самого анализируемого предприятия, так и для предприятий-конкурентов, что позволяет выявить относительную позицию на рынке.

И.У. Зулькарнаев и Л.Р. Ильясова предлагают при оценке конкурентоспособности предприятия учитывать воздействие факторов внешней среды, тогда ( $K$ ):

$$K = K \left\{ \left( K_{ri}, i = 1, \dots, n_r \right), \left( W_i, i = 1, \dots, n_r \right), \left( \Phi_i, i = 1, \dots, n_\phi \right) \right\}, \quad (7)$$

где  $K$  – комплексный показатель внешней конкурентоспособности организации;

$K_{ri}$  – конкурентоспособность отдельных ресурсов организации общим числом  $n_r$ ;

$W_i$  – весовые коэффициенты общим числом  $n_r$ ;

$\Phi_i$  – факторы внешней среды общим числом  $n_\phi$ .

Если учитывать только воздействие внутренних факторов, тогда комплексный показатель конкурентоспособности будет иметь вид:

$$K = K \left\{ \left( K_{ri}, i = 1, \dots, n_r \right), \left( W_i, i = 1, \dots, n_r \right) \right\}. \quad (8)$$

Авторы данной методики считают, что в условиях воздействия на организацию одинаковых факторов внешней среды показатели внешнего и внутреннего воздействия будут равны между собой. В результате комплексный показатель конкурентоспособности организации выразится двумя величинами: долей рынка и темпами её изменения, на которые оказывают влияние разные ресурсы, тогда:

$$D = K \delta \left\{ \left( K_{ri}, i = 1, \dots, N^*_r \right), \left( W_i, i = 1, \dots, N^*_r \right) \right\}, \quad (9)$$

где  $D$  – доля рынка;

$W_{ri}$  – весовые коэффициенты, используемые для определения доли рынка;

$N_r$  – общее число коэффициентов;

$R_{ri}$  – конкурентоспособность отдельных ресурсов определяющих долю рынка.

$$T = K \left\{ \left( K_{ri}, i = N^*_r + 1, \dots, N_r \right), \left( W_i, i = N^*_r + 1, \dots, N_r \right) \right\}, \quad (10)$$

где  $T$  – темп изменения доли рынка ( $D$ ).

Если организации уже осуществляют свою деятельность на рынке, то для нее известны и рыночная доля ( $D$ ) и темп ее изменения ( $E$ ), неизвестным в данном случае является значимость коэффициентов ( $W_i$ ), тогда комплексный показатель конкурентоспособности (доля рынка) будет иметь вид:

$$D = C^{0,803} \cdot P^{0,583} \cdot L^{1,048}, \quad (11)$$

где  $C$  – показатель конкурентоспособности предприятия, отражающий основные средства;

$P$  – показатель конкурентоспособности предприятия отражающий уровень финансового менеджмента;

$L$  – показатель конкурентоспособности предприятия отражающий уровень кадрового и производственного менеджмента.

Таким образом, авторы предлагают использовать для нахождения весовых коэффициентов конкурентоспособности расчетные методы для определения доли рынка, но при этом нет выражения для расчета темпов роста доли рынка.

Таким образом, многие методы по определению комплексного показателя конкурентоспособности основаны на суммировании единичных показателей и их значимости, при этом они основаны на экспертной оценке показателей по их важности. Преимуществом данных подходов является то, что при их применении учитывается важность единичных показателей конкурентоспособности, что дает уверенность в том, что комплексный показатель будет более точно отражать измеряемое свойство конкурентоспособности.

Большее количество методов оценки основано на изучении абсолютных и относительных показателей, характеризующих финансово-экономический потенциал предприятия, уровень управления и общую эффективность предприятия. По нашему мнению, основными критериями для оценки конкурентоспособности предприятия будут являться: кадровый потенциал, эффективность системы мерчендайзинга, культура обслуживания, экономическое состояние предприятия, уровень организационной культуры и эффективности управления кадрами. Представленные нами критерии сгруппированы в блоки, позволяющие проводить оценку конкурентных преимуществ предприятия на рынке (табл.).

Разработанная нами методика позволяет сделать более точный прогноз конкурентоспособности предприятия, который чрезвычайно важен, поскольку именно

конкурентоспособность позволяет повысить стабильность предприятия на рынке.

Каждому критерию по оценке конкурентоспособности предприятия экспертным путем методом ранжирования присваиваются веса значимости, в сумме равные единице. Чем ближе  $g_i$  к 1, тем показатель более значим, весомей и наоборот.

Таким образом, количественный обобщенный показатель конкурентоспособности предприятия примет вид:

$$K = g_1 \cdot Kn + g_2 \cdot Эм + g_3 \cdot Ко + g_4 \cdot Эс + g_5 \cdot Эук + g_6 \cdot Ок \quad (12)$$

Если в изменении вышеназванных коэффициентов наблюдается устойчивая тенденция к их увеличению, это положительно характеризует развитие предприятия.

Преимущество представленной методики заключается в том, что при выявлении низких показателей в сравнении с конкурентами по каждому из критериев дает возможность руководству предприятий своевременно принять управленческое решение по улучшению отдельных направлений хозяйственной деятельности. Данная методика отличается простотой в применении, позволяет провести объективную оценку конкурентоспособности предприятия в сравнении с показателями основных конкурентов, разработать мероприятия по управлению конкурентоспособности.

Таблица

Характеристика критериев по оценке конкурентоспособности предприятий

Наименование критерия	Весомость критерия ( $g_i$ )	Показатели
Кадровый потенциал (Кр)	0,11	Коэффициент персонала по возрасту; коэффициент персонала по стажу; коэффициент абсентизма; коэффициент квалификации работников предприятия; коэффициент пассионарности сотрудников
Эффективность системы мерчендайзинга (Эм)	0,15	Удобство выкладки товара; коэффициент соотношения торговой площади предприятия к общей сумме торговых площадей конкурентов; атмосфера магазина; эффективность месторасположения
Культура обслуживания (Ко)	0,19	Коэффициент устойчивости ассортимента; индекс дополнительного обслуживания; коэффициент затрат времени на обслуживание; коэффициент завершенности покупки
Экономическое состояние предприятия (Эс)	0,26	Коэффициент рыночной доли; индекс товарооборота; коэффициент фондорентабельности; коэффициент фондоотдачи
Эффективность управления кадрами (Эк)	0,19	Устойчивость кадрового состава, уровень сложности выполняемой работы; уровень производственного травматизма, уровень материальной привлекательности; уровень аттестации, условия труда на предприятии
Уровень организационной культуры (Кко)	0,1	Уровень социальной напряженности; уровень удовлетворенности сотрудников; коэффициент организационной культуры
Итого	1	

**Библиографический список**

1. Большая Советская энциклопедия: в 30 т. Изд. 3-е. М.: Сов. энциклопедия, 1973. Т. 20. С. 452.  
 2. Всемирная история экономической мысли: в 6 т. Т. 4. Теория социализма и капитализма в межвоенный период / МГУ им. Л.В. Ломоносова. М.: Мысль, 1990. 655 с.  
 3. Баумгартен Л.В. Анализ методов определения конкурентоспособности организации и продукции / Л.В. Баумгартен // Маркетинг в России и за рубежом. 2005. № 4. С. 72-76.

4. Белоусов В.Л. Анализ конкурентоспособности фирмы / В.Л. Белоусов // Маркетинг в России и за рубежом. 2001. № 5. С. 63-71.  
 5. Ялунина Е.Н. Конкурентоспособность розничного торгового предприятия: автореф. дис. / Е.Н. Ялунина. Екатеринбург, 2007. 26 с.  
 6. Ефимычев Ю.И. Разработка методики прогнозирования потоков будущих доходов для оценки бизнеса / Ю.И. Ефимычев, Д.А. Плехов, Ю.О. Плехова // Экономический анализ: теория и практика. 2007. № 5. С. 8-14.



УДК 336.66:631.16

**И.П. Шаляпина,  
Д.В. Тарабрин**

**АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ И УСКОРЕНИЕ ЕЕ ОБОРАЧИВАЕМОСТИ**

**Ключевые слова:** дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, просроченная задолженность, краткосрочная и долгосрочная задолженность, ускорение оборачиваемости, финансовое состояние, дебиторы и кредиторы, покупатели и подрядчики, кредитная политика, вексельная форма расчетов, факторинг.

**Введение**

Средства в дебиторской задолженности свидетельствуют о временном отвлечении средств из оборота предприятия, что вызывает дополнительную потребность в ресурсах и может привести к напряженному финансовому состоянию.

Вопросы анализа, оценки дебиторской задолженности и управления ею являются очень актуальными и приобретают особую значимость в условиях инфляции, когда иммобилизация собственных оборотных средств становится очень невыгодной для предприятий [1].

На финансовое состояние предприятия влияет не само наличие дебиторской задолженности, а ее размер, движение и

форма. Возникновение дебиторской задолженности представляет собой объективный процесс в хозяйственной деятельности при системе безналичных расчетов, так же как и появление кредиторской задолженности. Дебиторскую задолженность нельзя в полной мере считать отвлечением собственных средств из оборота, так как часть ее служит объектом авансового кредитования и не влияет на платежеспособность хозяйствующего субъекта [2, 3].

**Объекты и методика исследований**

В качестве объектов исследования выступают дебиторская и кредиторская задолженности сельскохозяйственных организаций Тамбовской области. Методика исследования заключается в рассмотрении состава и структуры краткосрочной и долгосрочной дебиторской задолженности и осуществлении ее оценки, более детальном анализе просроченной дебиторской и кредиторской задолженности; проведении группировки предприятий с просроченной задолженностью по дебиторам и кредиторам.