

Оштук О.И.
ассистент НТУУ «КПИ»

Захарченко Е.К.
студентка ФММ НТУУ «КПИ»

ПРИНЦИПЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СТОИМОСТИ КАПИТАЛА

Финансовая работа на предприятиях непосредственно связана с формированием и эффективным использованием денежных ресурсов или капитала. Поэтому важным является вопрос выбора источников финансирования предприятия. Для инвесторов важным является оценка предприятия, куда они будут вкладывать средства. Статья посвящена решению актуальной научной задачи по выбору принципа определения стоимости капитала. Так как правильный принцип в дальнейшем повлияет на инвестиции в предприятие.

Ключевые слова: стоимость капитала, чистая прибыль, дивиденды, эмиссия акций, банковский кредит, прибыль.

Oshruk O.
Assistant FMM NTUU «KPI»
Zakharchenko K.
Student FMM NTUU «KPI»

PRINCIPLES FOR DETERMINING THE COST OF CAPITAL

Financial work in enterprises directly related to the formation and effective use of financial resources or capital. It is important to select sources of financing business. Investors are rating companies where they invest. The article is devoted to solving urgent scientific task of selection principle for determining the cost of capital. The correct principle will affect the investment company in the future.

Key words: cost of capital, net income, dividends, share issue, bank loan, profit.

Серажим В.І.
канд. ек. наук, доцент НТУУ «КПИ»
Зінченко Т.В.
студентка ФММ НТУУ «КПИ»

МЕТОДИКА ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ

В статті досліджується методологія оцінки конкурентних переваг підприємства на ринку. Проаналізовано переваги та недоліки методів, умови їх застосування. Запропоновано багатовимірний аналіз оцінки конкурентних переваг.

Ключові слова: методика, конкурентні переваги, оцінки, стратегії, інтегральний показник.

Вступ. В сучасних умовах в Україні відбувається посилення конкуренції, внаслідок чого керівники підприємств знаходяться в постійному пошуку нових інструментів управління підприємством і шляхів підвищення його рівня конкурентних переваг.

Визначення методів і показників оцінки конкурентних переваг підприємства є складовим елементом загальної теорії конкурентних переваг. Дослідженню теоретичних проблем конкуренції, конкурентних стратегій, конкурентних переваг підприємств та методів їх оцінки присвячені праці відомих вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів (Г.П. Абрамшвілі, О.П. Градов, В.Л. Дікань, Ю.Б. Іванов, Г.П. Іспірян, А.Н. Литвиненко, А.І. Маренич, А. Маршалл, М. Портер, О.П. Сологуб, Ю.Н. Сухачов, М.А. Тат'янченко, Р.А. Фа-тхутдінов, Ф.Хайек, А.Ю.Юданов та ін.) [1]. Але на сьогодні залишається недостатньо дослідженими узагальнена оцінка конкурентних переваг. В певній мірі це зрозуміло, так як підприємства мають специфіку галузевої спрямованості, відмінності економічного стану, стратегії розвитку тощо.

Постановка завдання. Основною метою даної статті є узагальнення теоретичних і методичних підходів оцінки конкурентних позицій підприємства, визначення переваг та недоліків методів оцінки.

Результати дослідження. Проаналізувавши методи вимірювання конкурентних переваг підприємств дали дійти висновку, що на сьогоднішній день, в світі, не розроблені ні загальноприйняте поняття конкурентних переваг підприємства, ні єдина номенклатура їх показників, ні загальні методи їх об'єднання в один інтегральний показник, що зрештою створює серйозні проблеми при оцінці і формуванні конкурентних переваг підприємств на ринку.

Можна виділити шість підходів до оцінки конкурентних переваг підприємств:

- 1) конкурентні переваги з позиції порівняльних переваг;
- 2) конкурентні переваги виробника виходячи з теорії рівноваги;
- 3) конкурентні переваги виробника виходячи з теорії ефективної конкуренції;
- 4) конкурентні переваги виробника на базі теорії якості товару;
- 5) матричні методи вивчення конкурентних переваг;
- 6) інтегральні методи.

Більшість оперативних методів оцінки конкурентних переваг підприємства заснована на портфельному та ситуаційних (SWOT) аналізах, або на застосуванні різних виробничих показників і фінансових коефіцієнтів, які характеризують виробничу діяльність, фінансовий стан, ефективність інвестицій тощо [5].

М. Портер докладно проаналізував різні підходи до пояснення причин конкурентоспроможності окремих підприємств і дійшов висновку, що рівень

конкурентних переваг підприємства в кожен конкретний момент часу визначається спільним впливом взаємопов'язаних і взаємозалежних факторів, які можуть бути представлені у вигляді системи. Принцип побудови є порівняльний аналіз, який зображається в матриці. Перевагою даної моделі виступає можливість визначити всебічний вплив зовнішніх сил на конкуренцію. В свою чергу необхідність для проведення кваліфікованих кадрів зі спеціальною підготовкою та складність збору інформації виступають головними недоліками.

Найбільш популярними матричними моделями, по яких можна оцінити конкурентні переваги підприємства, є матриця консультативної групи (БКГ) Бостона і матриця «General Electric»-«McKinsey» [2]. Цей метод дозволяє зіставити позиції підприємств у складі одного портфеля в великих корпораціях і забезпечити правильне поєднання підрозділів, які випробовують необхідність в капіталі для свого зростання, з підприємствами, які мають в своєму розпорядженні надлишок капіталу. Перевагами даних методів є можливість визначити стратегічне положення фірми. Недоліком матричних моделей є спрощене представлення складної структури діяльності підприємства, а також відсутність рекомендацій по досягненню нового конкурентного статусу підприємства.

Одним з найбільш поширених методів є метод аналізу ієрархій (МАІ), який характеризується систематизованою процедурою подання елементів, які визначають сутність проблеми. Він полягає в поділі проблеми на складові й подальшій їх обробці шляхом порівняння, тобто: визначення переліку критеріїв, визначення аналогів і встановлення по них значень критеріїв, порівняльна оцінка критеріїв за важливістю, порівняльна оцінка об'єктів за кожним з критеріїв, обробка матриць порівнянь критеріїв. Оцінка важливості критеріїв за МАІ відбувається шляхом їх попарного порівняння підприємства. Рейтинг підприємства визначається на основі розрахунку його підсумкового бала в результаті оцінки. Підсумковий бал окремого підприємства визначається за формулою [5]:

$$TM = \sum(M_i \times B_i), \quad (1)$$

де ТМ – підсумковий бал підприємства за результатами рейтингової оцінки;

M_i – бал підприємства за i -м показником господарської діяльності;

B_i – питома вага i -го показника.

Перевагами цього методу є простота, надійність і наочність. Але недоліком є проблеми, які пов'язані з відсутністю прогностичної інформації та складністю при розрахунку показника і вихідних даних.

З точки зору І.Ансоффа при визначенні конкурентної позиції підприємства на ринку є конкурентний статус підприємства, визначаючи цей показник як рентабельність капітальних стратегічних вкладень, скореговану на ступінь оптимальності стратегії підприємства і ступінь відповідності потенціалу підприємства цій оптимальній стратегії. На такій основі І. Ансофф пропонує формулу (2) для розрахунку показника конкурентного статусу підприємства (КС) [6]:

$$KC = \frac{I_F - I_K}{I_O - I_K} \times \frac{S_F}{S_O} \times \frac{C_F}{C_O}, \quad (2)$$

де I_F – рівень стратегічних капітальних вкладень підприємства;

I_K – критична точка об'єму капітальних вкладень, яка знаходиться на межі прибутків і збитків та показує, що об'єм капіталовкладень нижче цієї точки не призведе до одержання доходу;

I_O – точка оптимального об'єму капіталовкладень, після якої збільшення капітальних вкладень призведе до зменшення доходу;

S_F, S_O – відповідно діюча та оптимальна стратегія підприємства;

C_F, C_O – відповідно існуючі та оптимальні можливості підприємства.

Ключовим моментом даної теорії є те, що вона характеризує можливості підприємства до ведення конкурентної боротьби, передумови досягнення підприємством визначених конкурентних переваг. Недоліком є мала кількість аналізованих факторів і потреба застосування з іншими методами.

Окремим напрямом досліджень складають методи оцінки конкурентних переваг підприємств, які ґрунтуються на теорії рівноваги фірми і галузі А. Маршалла і теорії факторів виробництва [5]. Під рівновагою розуміється такий стан, коли у підприємця не існує стимулу для переходу в інший стан, тобто для зміни обсягу виробництва. В умовах рівноваги виробника – при досягненні максимально можливого обсягу випуску і збуту товару при незмінному характері попиту і рівні розвитку техніки на даному ринку – кожний з факторів виробництва використовується з однаковою та одночасно найбільшою продуктивністю. Критерієм конкурентних переваг при цьому підході служить наявність у виробників таких факторів виробництва, які можуть бути використані з кращою, ніж у інших конкурентів продуктивністю. Основним недоліком є обмеженість, так як теорія була розроблена для дослідження розвитку галузі в умовах досконалої конкуренції. Дослідження існуючих підходів до оцінювання конкурентних переваг підприємства показав, що вони мають ті чи інші недоліки, які заважають їхньому використанню на практиці, а саме:

1) різні підходи до вибору системи показників для оцінки конкурентних переваг дають результати, які не відповідають один одному;

2) використання для визначення інтегрального показника конкурентних переваг підприємств таких методів як додавання або множення індивідуальних показників, що входять в систему, приводять до того, що отриманий показник не має економічного сенсу. У зв'язку з цим, для розрахунку інтегрального показника конкурентних переваг підприємства слід застосовувати методи багатовимірної аналізу, які дозволяють за сукупністю індивідуальних показників отримати інтегральний показник, а саме метод відстаней [4].

На нашу думку, оцінка конкурентних переваг є передумовою ефективності управління ними, виходячи з цього, необхідним виступає

визначення не тільки рівня розвитку внутрішньої конкурентної переваги, а й рівня сукупності конкурентних переваг підприємства.

При використанні багатовимірної аналізу стандартизуються значення економічних показників, які входять до матриці досліджень і розподіляються на дві групи: стимулятори та дестимулятори. До стимуляторів відносяться показники, зростання яких є бажаним, а до дестимуляторів – показники з протилежною властивістю. Спочатку визначається відстань c_{io} між показником, що аналізується і еталонним показником, після чого визначається інтегральний показник y_i за формулою (3):

$$y_i = 1 - c_{io} / c_o, \quad (3)$$
$$c = \bar{c}_o + 2S_o; \quad \bar{c}_o = \sum_{i=1}^n c_{io} / n; \quad S_o = \left[\sum_{i=1}^n (c_{io} - \bar{c}_o)^2 / n \right]^{1/2}$$

де n – кількість показників;

S_o - відстань між n -ним показником системи та еталонним показником.

Значення інтегрального показника змінюється в інтервалі від нуля до одиниці. Чим ближче значення y_i до 1 тим вище рівень конкурентних переваг підприємства.

Система показників, яка пропонується для комплексної оцінки конкурентних переваг підприємства повинна відповідати таким вимогам:

- 1) включати показники, що характеризують конкурентні переваги за всіма складовими;
- 2) забезпечувати можливість порівняння показників, які використовуються для аналізу на різних підприємствах;
- 3) спрямовуватися на виконання підприємством поточних та перспективних задач;
- 4) має бути узгоджена з існуючою на підприємстві звітністю;
- 5) витрати на збір та обробку інформації згідно обраної системи показників повинні бути мінімальними [4].

Висновки. Економічний досвід накопичив велику кількість методів оцінки конкурентних переваг підприємства. Проте кожний з цих методів має певні свої недоліки, тому для більш ефективного визначення конкурентної позиції необхідно використовувати декілька методів.

На наш погляд складність вироблення єдиного методологічного підходу оцінки і аналізу конкурентних переваг підприємств виникають з наступних причин:

- 1) неоднозначність в розгляді самого поняття «конкурентні переваги», звідси і різноманітність поглядів щодо його оцінки;
- 2) одним з ключовим моментом виступають висококваліфіковані кадри, які безпосередньо здійснюють дану оцінку, потрібно чітко знати з якою метою проводиться оцінка, які фактори беруть участь, їх значення та якісний склад.

3) складність при розрахунку кількісним та якісних показників, що ускладнюють розробку методів порівняльного аналізу конкурентних переваг.

4) кожен підхід до оцінки конкурентних переваг розроблений не для всіх однорідних підприємств, а для одного-двох. Тому, один підхід до оцінки враховує, наприклад, резерви у використанні факторів виробництва, інший – вартість конкретних факторів виробництва, третій – ефективність використання потенціалу, четвертий – ефективність виробничо – збутової діяльності, п'ятий – зусилля у області підвищення якості товарів тощо.

Ми вважаємо, що запропонована методика комплексного оцінювання конкурентних переваг підприємства на основі інтегрального показника має необмежені можливості для вдосконалення і пристосування до конкретних вимог. Вона включає оптимальний перелік показників, які дозволяють об'єктивно вимірювати складові конкурентних позицій підприємства, встановити динаміку і взаємозв'язок загальних та індивідуальних напрямів його розвитку.

Перелік посилань

1. Должанський, І. З. Конкурентоспроможність підприємства [Текст]: навчальний посібник / Должанський І.З., Загорна Т.О. К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
2. Іванова Ю. Б., Тищенко О. М. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: монографія / за ред. - Х.: ІНЖЕК, 2006. – 384 с.
3. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства [Текст]: навчальний посібник / Клименко С.М., Дуброва О.С., Барабась Д.О., Омеляненко. Т.В., Вакуленко А.В. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
4. Піхур І.В. Конкурентоспроможність підприємства: сутність поняття та шляхи підвищення // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2007. – № 3, Т.2. – 158-162 с.
5. Царенко О.В. Методи оцінки конкурентних переваг галузі промислових регіонів України // Економічний простір. – 2009. - №23/1. – 195 - 207с.
6. Шипуліна В.О. Оцінка конкурентних позицій підприємства на ринку// Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2009. – № 4, Т.2. – 99-102 с.

Серажим В.И.

канд. эк. наук, доцент НТУУ «КПИ»

Зинченко Т.В.

студентка ФММ НТУУ «КПИ»

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ

В статье исследуется методология оценки конкурентных преимуществ предприятия на рынке. Проанализированы преимущества и недостатки методов, условия их применения. Предложено многомерный анализ оценки конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: методика, конкурентные преимущества, оценки, стратегии, интегральный показатель.

*Serazhum V.I.
Zinchenko T.V.*

METHODS OF ASSESSING COMPETITIVE ADVANTAGES IN THE MARKET

The article deals with a methodology for assessing competitive advantages in the market. The advantages and disadvantages of the methods of their application. Multivariate analysis suggested that evaluation of competitive advantage.

Key words: methods, competitive advantages, assessments, strategies, integrated indicator.

*Круш П.В.
к.е.н., проф. НТУУ «КПІ»
Чередниченко О. О.
студентка ФММ НТУУ «КПІ»*

СУТНІСТЬ ДІАГНОСТИКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті досліджено та наведено класифікацію методів і принципів діагностики фінансового стану підприємства за різними його рівнями, визначено місце і роль моделювання у фінансовому аналізі, згідно з існуючими класифікаціями, розглянуто основні види моделей, що використовуються в процесі діагностики фінансового стану підприємства; розкрито систему показників економічної діагностики.

Ключові слова: криза, діагностика, антикризове управління, фінансовий стан підприємства.

Вступ. За ринкових умов господарювання дослідження фінансового стану підприємств та визначення шляхів його поліпшення набуває особливого значення, оскільки стійкий фінансовий стан окремих суб'єктів господарювання є передумовою добробуту працівників підприємства, своєчасного і в повному обсязі виконання бюджету, стабілізації економіки країни загалом.

Значна кількість підприємств в Україні має незадовільну структуру капіталу та відчуває нестачу обігових коштів. За своєчасного розроблення та впровадження заходів, спрямованих на поліпшення фінансового стану в довготерміновому періоді, такі підприємства можуть збільшити свій майновий потенціал, відновити платоспроможність та прибутковість. Запобігання розвитку негативних кризових явищ на підприємстві є можливим тільки за систематичного забезпечення управлінського персоналу інформацією про поточний рівень фінансової стійкості та здатність