

УДК 336.67

Л.М. Пуяткина

Н.В. Тарасова

Л.А. Лаврова

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ ПОЛОЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В ОТРАСЛЕВОЙ СРЕДЕ

Аннотация. В статье рассматривается комплексный подход к позиционированию предприятия в отраслевой среде. Анализируются возможности экспресс-анализа и детализированной комплексной оценки деятельности предприятия. Приводятся показатели, используемые при экспресс-анализе и комплексной оценке, которые предполагают оценку конкурентоспособности продукции, финансово-экономической зависимости, конкурентной позиции предприятия.

Ключевые слова: экспресс-анализ, детализированный комплексный анализ.

Lyudmila Putyatina

Natalya Tarasova

Lyudmila Lavrova

COMPLEX APPROACH TO THE ANALYSIS OF AN SITUATION OF ENTERPRISE IN INDUSTRY ENVIRONMENT

Annotation. A complex approach to the positioning of the enterprise in the industry environment is discussed in this article. The possibilities of express-analysis and detailed complex approach to appraisal of activity of the enterprise are analysed. Indicators are described that are used for express-analysis and complex assessment, which has several directions: the competitiveness of products; financial and economic dependence; the competitive position of the enterprise.

Keywords: express-analysis, detailed complex analysis.

Функционирование предприятий в современных условиях хозяйствования неизбежно предполагает существование и усиление конкуренции между ними. Поэтому важное значение приобретает объективная оценка рыночной позиции каждого из них [4; 5]. Комплексную оценку рыночной позиции отраслевых предприятий целесообразно выполнять на основе анализа их финансово-экономической отчетности с учетом внешней конъюнктурной информации и отраслевых приоритетов. Количественная оценка рыночной позиции определяется системой показателей, которые отражают эффективность работы предприятия в условиях сложившейся рыночной конъюнктуры и его финансово-экономической зависимости.

Аналитическую оценку в данном случае целесообразно выполнять в два этапа. Вначале выполняется *экспресс-оценка* на основе использования ограниченного перечня финансово-экономических и конъюнктурных показателей. В настоящее время не существует единого перечня показателей для проведения экспресс-анализа. Поэтому каждый эксперт, выполняющий этот анализ, подбирает свой перечень показателей, необходимых для первоначального ознакомления с финансово-экономическим положением предприятия. Далее выполняется *детализированная комплексная оценка* позиции предприятия по группам выделенных показателей. Использование такого подхода позволит определить наиболее рациональный перечень обобщающих показателей и наиболее точно отработать систему оценки конкурентных преимуществ предприятия по группам показателей с учетом всего комплекса необходимой информации. Для реализации экспресс-анализа необходимо выбрать, рассчитать и проанализировать обобщающие показатели, которые характеризуют рыночную устойчивость предприятия.

В качестве таких показателей можно использовать [2; 3; 5]:

- долю рынка, занимаемую предприятием по основным товарам, которые соответствуют его специализации;
- оценку деловой репутации предприятия;
- интегральный показатель конкурентоспособности продукции, выпускаемой предприятием;

- чистую прибыль предприятия;
- коэффициент котировки акций предприятия;
- доходность акций предприятия и др.

Эти показатели не только отражают наиболее важные стороны деятельности предприятия с точки зрения покупателей продукции, инвесторов, кредиторов, партнеров, но и определяют в динамике устойчивость его позиции на рынке.

При использовании детализированного комплексного анализа целесообразно рассматривать следующие группы показателей.

Показатели конкурентоспособности и реализации товарной продукции предприятия.

Именно товары предприятия, в первую очередь, обеспечивают его рыночную устойчивость и позволяют заложить основы будущего развития.

Хороший товар обеспечивает имидж производителя, а марка последнего позволяет успешно продвигать и другие товары на рынке [1; 2; 4].

Данная группа может включать в себя следующие показатели.

1. Показатели конкурентоспособности основных видов выпускаемой товарной продукции на внутреннем и внешнем рынках. При этом в качестве товаров-аналогов берутся наиболее современные товары конкурентов.
2. Интегральный показатель конкурентоспособности товарной продукции предприятия, который рассчитывается как средневзвешенная величина конкурентоспособности товаров, выпускаемых предприятием.
3. Доля конкурентоспособных товаров предприятия на внутреннем рынке, которая может определяться как по номенклатуре, объему реализации, так и по прибыли.
4. Уровень экспортных поставок предприятия в общем объеме реализации товарной продукции.
5. Уровень обеспеченности предприятия хозяйственными договорами на поставку выпускаемой продукции.
6. Относительное сохранение или углубление специализации деятельности предприятия, которая особенно важна в условиях кризиса.
7. Степень обновления номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции.
8. Показатели производственной мобильности предприятия и др.

Показатели финансово-экономической зависимости предприятия.

В процессе хозяйственной деятельности предприятие вступает в производственные отношения со многими участниками рынка (поставщиками, потребителями, банками, биржами, страховыми организациями) [5]. Таким образом оно попадает в определенную финансово-экономическую зависимость от них.

Наиболее типичными являются следующие виды финансово-экономической зависимости предприятия и соответствующие им показатели.

Зависимость от рынка материально-сырьевых ресурсов, для анализа которой могут использоваться следующие показатели:

- доля затрат на материальные ресурсы в себестоимости реализованной продукции;
- относительное снижение материальных затрат на единицу продукции каждого вида;
- количество поставщиков материальных ресурсов и др.

Зависимость от рынка полуфабрикатов и комплектующих изделий, для анализа которой могут использоваться показатели, аналогичные тем, которые применяются для оценки зависимости от рынка материально-сырьевых ресурсов.

Зависимость от рынка трудовых ресурсов, для оценки которой могут использоваться такие показатели, как:

- коэффициент текучести кадров;
- средняя заработная плата работников предприятия;
- динамика изменения средней заработной платы работников предприятия, которая обычно

сравнивается с темпами инфляции и др.

Зависимость от рынка ссудного капитала, которая определяется следующими показателями:

- коэффициент финансовой зависимости;
- класс кредитоспособности предприятия;
- коэффициент окупаемости процентов по кредитам;
- коэффициент маневренности;
- рентабельность собственного капитала;
- рентабельность оборота;
- рентабельность активов;
- удельный вес прибыли, реинвестированной в развитие производственных мощностей

предприятия и др.

Показатели рыночной конъюнктуры и конкурентной позиции предприятия.

В процессе анализа рыночной конъюнктуры основных товаров многономенклатурного предприятия необходимо отметить сложность их интегральной оценки. Такой анализ проводится по каждому товару в отдельности и каждому рынку сбыта этого товара. Товары необходимо располагать в порядке их экономической значимости для предприятия, т.е. убывания их доли в объеме реализации продукции предприятия [3; 4].

В этом случае для оценки рыночной позиции предприятия могут использоваться следующие показатели:

- доля рынка, занимаемая производителем по каждому товару и на каждом рынке;
- интегральный показатель конкурентоспособности товаров;
- количество конкурентов на рынке;
- уровень монополизации рынка сбыта основной продукции;
- уровень перспективного роста емкости рынка;
- ценовые преимущества предприятия на каждом рынке и др.

Уровень перспективного роста емкости рынка может иметь как положительную величину, что означает перспективный рост объема продаж товара и дополнительные возможности участия предприятия в конкурентной борьбе, так и отрицательную величину, что определяет реальный спад объема реализации товара на рынке. При этом предприятию необходимо предпринять дополнительные усилия для сохранения достигнутой доли на рынке в перспективе.

Показатель, характеризующий ценовые преимущества, может быть как положительным, что означает отсутствие у предприятия преимуществ по ценам, так как цена его товара превышает среднюю рыночную цену, так и отрицательную величину, что трактуется как ценовое преимущество предприятия на рынке, т.е. цена товара, выпускаемого предприятием, ниже средней рыночной цены.

Если при этом уровень конкурентоспособности товара высокий, то в данном случае товар и, следовательно, его производитель обладают определенным уровнем рыночной устойчивости.

В случае, если предприятие использует акционерный капитал, то важным условием устойчивости его рыночных позиций является эффективное использование этого капитала и рациональная дивидендная политика [3; 4; 5].

Для анализа рыночной позиции предприятия могут использоваться и другие показатели рыночной конъюнктуры.

Использование количественных методов оценки положения предприятия в отраслевой среде на основе реальных показателей повышает объективность выводов и является базисом для принятия перспективных отраслевых решений.

Библиографический список

1. Анискин, Ю. П. Корпоративное управление деловой активностью в неравновесных условиях / Ю. П. Анискин и др. – М. : Омега-Л, 2015. – 299 с. – ISBN 978-5-370-03509-8.
2. Пуяткина, Л. М. Анализ зарубежного опыта оценки конкурентоспособности фирм / Л. М. Пуяткина, Л. А. Лаврова // Научные труды (Вестник МАТИ). – Вып. 21 (93). – 2013. – С. 307–311.
3. Пуяткина, Л. М. Комплексный подход к оценке конкурентной устойчивости предприятий в отраслевой экономике / Л. М. Пуяткина, С. В. Шароватов // Экономика в промышленности. – № 1. – 2013. – С. 23–28.
4. Пуяткина, Л. М. Структура и содержание управленческого анализа на предприятиях в современных условиях / Л. М. Пуяткина, Н. В. Тарасова, Е. В. Джамай // Вестник МГОУ. Экономика. – № 4. – 2014 – С.136–139.
5. Пуяткина, Л. М. Финансово-экономическая надежность предприятий в условиях российской экономики / Л. М. Пуяткина, А. Е. Пуяткин // Научные труды (Вестник МАТИ). – Вып. 21 (93). – 2013. – С. 311–315.
6. Яковлев, А. С. Экономический механизм планирования допустимых темпов роста объемов производства / А. С. Яковлев // Организатор производства. – 2012. – № 3 (54). – С. 48–51.