# ВСТУП

Глобалізація світової економічної системи в певній мірі впливає на розвиток національних господарств на всіх рівнях: від макро- до мікроекономічного. У зв'язку з відставанням від ряду країн за рівнем економічного розвитку України в даний час інтегрується в світову економіку, в основному, як сировинна складова.

Екстенсивні чинники зростання (великі території, величезні природні багатства) не в повній мірі відповідають потребам сучасної економіки. Головним потенціалом розвитку більшості підприємств є величезний перспективний внутрішній споживчий ринок.

Хоча прийнято говорити про конкурентні позиції країн, але ми приєднуємося до позиції відомого американського економіста Майкла Портера, на думку якого, на ринках конкурують не країни і регіони, а фірми. Тобто, конкурентоспроможність економіки країни залежить, перш за все, від конкурентоспроможності її окремих господарюючих суб'єктів.

Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств - це результат використання багатьох факторів, як внутрішніх (менеджмент самого бізнесу), так і зовнішніх (операційне середовище підприємства). Таким чином, конкурентоспроможність господарюючого суб'єкта стає об'єктом управління. Для розвитку конкурентоспроможності підприємства як об'єкта управління можливе використання різних чинників, як екстенсивних, так і інтенсивних. До числа останніх слід віднести, на нашу думку, інвестиційну привабливість підприємств.

Актуальність дослідження цієї проблеми пов'язана з тим, що інвестиційна привабливість може виступати як фактор розвитку конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта, так і інструмент управління нею.

Питання управління конкурентоспроможністю розглядали багато українських і зарубіжних вчених, такі як Р.А. Фатхудинов, Х.А. Фасхіев і Є.В. Попова, А.Н. Захаров і А.А. Зокін, В.А. Таран, Н.К. Моїсеєва, І.П. Богомолова і Є.В. Хохлов, В.В. Катков, І.М. Лифиц, М.І. Гальвановскій, М. Портер, М.Х. Мескон та ін.

Дослідження інвестиційної привабливості господарюючих суб'єктів засновані на наукових працях І.В. Сергєєва, Г.Л. Ігольникова і Є.Г. Патрушева, С.П. Конторович, В.В Макарова, В.Л. Горбачова, А.М. Аршинова і ін. І лише деякі економісти простежували взаємозв'язок конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості. До їх числа відносяться Ю.Я Єлєнєва і А.М. Кротков, К.В. Рєзанов.

Розвиток розрізнених досліджень цієї проблеми, їх узагальнення та розробка універсальних методів оцінки конкурентного статусу підприємств на основі фактору інвестиційної привабливості, надає більш ясності в теоретичну складову описаних процесів.

Предметом дослідження є економіко-управлінські відносини, що виникають при використанні факторів інвестиційної привабливості для підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств.

Об'єктом дослідження є промислові підприємства, які провадять господарську діяльність на території Луганської області.

Метою дослідження є формування методичних підходів до управління конкурентоспроможністю підприємств через використання фактору інвестиційної привабливості.

Відповідно до поставленої мети в роботі необхідно вирішити такі завдання:

визначити існуючі підходи поняттю конкурентоспроможності та факторів, на основі яких можна здійснювати процес ефективного управління нею;

вивчити наукові підходи визначення реального і потенційного конкурентного статусу підприємства та способи їх підвищення;

розробити методичні підходи до оцінки ефективних факторів, що формують конкурентоспроможність підприємства;

розробити методичні підходи до оцінки взаємозв'язку інвестиційної привабливості підприємства та його конкурентного статусу;

розробити комплексний показник інвестиційної привабливості підприємства.

провести аналіз конкурентоспроможності конкретних підприємств на основі виявлених чинників;

обґрунтувати можливість управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання через призму інвестиційної привабливості.

Теоретичну і методологічну основу дослідження становлять законодавчі та нормативні акти, дані органів державної статистики, праці вітчизняних і зарубіжних вчених в області конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості, матеріали періодичної преси, науково-практичних семінарів та конференцій, ресурси мережі Internet.

У дослідженні застосовувалися такі загальнонаукові методи: системний, аналіз і синтез, класифікація, моделювання, порівняльний аналіз, опис, логіко-смисловий аналіз.

Теоретична значимість результатів дослідження полягає в нових методичних підходах до підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств.

Практичне значення роботи полягає в тому, що містяться в ній пропозиції можуть бути використані на промислових підприємствах для поліпшення їх конкурентоспроможності як одного з найбільш універсальних показників ефективності діяльності.



РОЗДІЛ 1

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Методологічні форми визнання конкурентоспроможності підприємства

Загальновизнаним фактом є те, що конкуренція виступає рушійною силою розвитку суспільства. Вона як вічний двигун, що змушує і змушує виробників товарів постійно шукати нові шляхи підвищення якості пропонованих товарів, нових ринків їх збуту, зниження витрат і ціни товарів, поліпшення якості сервісу. Що значить для підприємства бути конкурентоспроможним? І що розуміється в літературі під цим поняттям? В даний час існує достатня кількість визначень поняття "конкурентоспроможність". Основними факторами, які обумовлюють можливість множинності трактувань цього поняття, є різні вихідні позиції економістів. Різні економісти розглядають з точки зору конкурентоспроможності та окремі товари, і окремих господарюючих суб'єктів, і окремі країни, і регіони.

Так, за визначення таких економістів, як А.Н. Захарова і А.А. Зокін, конкурентоспроможність в епоху глобалізації та інтернаціоналізації виробництва є єдиним критерієм його ефективності і затребуваності продукції, що випускається [44].

До недавнього часу проблеми конкурентоспроможності, що стояли перед вітчизняними підприємствами, практично завжди формулювалися у вигляді завдань по забезпеченню конкурентоспроможності продукції. Це було зумовлено відносно слабкою залученістю економіки України в процеси міжнародного поділу праці, ізольованістю фінансово-економічної системи і неможливістю скільки-небудь точно зіставляти витрати виробництва і виручку від продажу товарів на зовнішніх ринках.

Реформи, що проводяться в даний час привели до перебудови всієї економічної системи країни. Сформована на даний момент ситуація характеризується участю в економічних відносинах суб'єктів різних форм власності: державної, муніципальної, приватної. Інтереси більшості учасників ринку групуються навколо компаній господарюючих суб'єктів, самостійно залучають фактори виробництва, які використовують їх і розподіляють отриману продукцію.

Зсув центрів управління економічними явищами з макро- на мікрорівень вимагає розробки певних механізмів прийняття внутрішньо фірмових рішень. Ключовим етапом процесу прийняття того чи іншого рішення є аналіз альтернативних варіантів і вибір такого, який найбільш повно відповідає поставленим цілям. При цьому в міру створення ринкових відносин всередині країни та залучення її в світові господарські зв'язки інтерес в питаннях конкурентоспроможності переміщається безпосередньо до підприємства і галузі матеріального виробництва.

В умовах ринкової економіки фірма-виробник, що поставляє свої товари як на зовнішній, так і внутрішній ринок, не може тривалий час займати стійкі позиції, спираючись у своїй стратегії тільки на показники конкурентоспроможності товару, не враховуючи світові рівні якості і витрати по створенню і реалізації товару. При вступі на новий для себе ринок, прийнятті рішення про розширення виробництва або його скорочення, здійсненні інвестицій з метою модернізації технологічного обладнання або оновлення продукції неодмінно потрібна оцінка конкурентоспроможності виробника або підприємства. Саме тому підвищення конкурентоспроможності національної промисловості є основним пріоритетом розвитку сучасної економіки України.

Важливість зростання продуктивності підвищення конкурентоспроможності компаній в даний час давно усвідомлена в сфері міжнародного підприємництва. Так, багато компаній почали впровадження і реалізацію так званих програм по підвищенню продуктивності. Такі програми покликані вирішити такі завдання:

підвищити продуктивність наявних виробничих ресурсів за рахунок змін в організації виробництва;

створити необхідні управлінські та організаційні передумови для успішного впровадження у виробництво нової техніки і технології і забезпечення на цій основі довгострокового стійкого зростання продуктивності.

Можна виділити три основні підходи до категорії «конкурентоспроможність» [14]:

наявність власного мотиву до діяльності, очікування позитивних результатів;

наявність необхідних ресурсів для реалізації діяльності;

можливість і здатність протистояти суперникам.

Конкурентоспроможність - самий універсальний показник ринкового стану будь-яких господарюючих суб'єктів і може надавати корисну інформацію багатьом учасникам ринку.

На сьогоднішній день в економічній літературі виділяють три рівня формування конкурентоспроможності [25, 26]:

мікрорівень (конкретні види продукції, виробництва, підприємства);

мезоуровень (галузь, корпоративні об'єднання підприємств і фірм);

макрорівень (народногосподарські комплекси, країни, об'єднання країн).

Рівень конкурентоспроможності будь-якого підприємства є відносним показником, оскільки може бути визначений тільки в результаті порівняння з іншими аналогічними.

Поняття «конкурентоспроможність» є базовим для будь-якого підприємства і розглядається в трьох взаємопов'язаних аспектах - рівні підприємства в цілому, рівні виробництва і рівень продукції.

Таблиця 1.1

Рївнї конкурентоспроможностї пїдприємства

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Рївнї конкурентоспроможностї | Види ринкїв | Областї конкурентоспроможностї | |
| Рївень пїдприємства | Фїнансовий  Фондовий  Трудовїй | Органїзацїйна система  Вартїсть пїдприємства  Капїталїзацїя  Управлїння можливостями  Управлїння результатами  Управлїння активами  Технологїчна полїтика технологїя  Людський капїтал  Стратегїчний маркетинг Стратегїчне планування | |
| Рївень виробництва | Трудовїй  Товарний | Фїнанси Обладнання  Технологїї  Персонал  Їнфраструктура  Їнновацїйна культура | Загальний потенцїал  Їнновацїйний потенцїал |
| Рївень продукцїї | Товарний | Вартїсть  Якїсть  Термїни | |

Конкурентоспроможнїсть є комплексним системним властивїстю, по рїзному проявляється на кожному з рївнїв. Конкурентоспроможнїсть на рївнї пїдприємства є загальною мїрою їнтересу ї довїри до послуг пїдприємства на фондовому, фїнансовому ї трудовому ринках [27, 28].

В ходї подальшого дослїдження ми розглянемо прояв цїєї системи на прикладї конкретних пїдприємств.

Конкурентоспроможнїсть - поняття вїдносне, оскїльки успїшно конкурує на одних ринках товар буде зовсїм неконкурентоспроможним на їнших [44].

Конкурентоспроможнїсть як характеристика конкретної економїчної системи до недавнього часу була мало розроблена вїтчизняною економїчною наукою. Так, Богомолова Ї.П. ї Хохлов Є.В. до причин цїєї ситуацїї вїдносять такї:

в дореформених умовах звернення до цїєї областї економїчного життя не було актуальним, а трансформацїя нацїональної господарської системи України виявилася настїльки швидкої ї радикальної, що наука не встигає ґрунтовно осмислити новї реальностї;

певною мїрою такому осмисленню заважають ї Очевидна змїсту категорїї конкурентоспроможностї, її близькїсть до категорїї ефективностї;

багатоаспектнїсть проблеми, яку дослїджують фахївцї з маркетингу, управлїння якїстю, товарознавства, менеджменту, макро- ї мїкроекономїки, при цьому нїхто з фахївцїв не виходить за рамки своєї спецїальностї;

висока затеоретизованїсть ї низький рївень практичної застосовностї.

Розвиток ринкової економїки в умовах української дїйсностї вїдбувалося виключно експериментальним способом, коли рїшення приймалися, розробки впроваджувалися, а потїм вїдбувалося теоретичне осмислення результатїв [14]. Систематизуємо точки зору рїзних авторїв на поняття «конкурентоспроможнїсть». Бїльшїсть з них носїями конкурентних властивостей визначають рїзнї об'єкти:

Таблиця 1.2

Визначення поняття «конкурентоспроможнїсть»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Автор | Визначення | Об'єкт |
| Великий економїчний словник [15] | Конкурентоспроможнїсть властивїсть товару, послуги, суб'єкта ринкових вїдносин виступати на ринку нарївнї з присутнїми там аналогїчними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових вїдносин. | Товар, послуги, суб'єкт ринкових вїдносин |

Продовження табл. 1.2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| М. Мескон [51] | Вїдносна характеристика, яка виражає вїдмїнностї розвитку даної фїрми вїд розвитку конкурентних фїрм за ступенем задоволення своїми товарами потреб людей ї по ефективностї виробничої дїяльностї. Конкурентоспроможнїсть пїдприємства характеризує можливостї ї динамїку його пристосування до умов ринкової конкуренцїї | Фїрма |
| А. Лифиц [77] | Є характеристику об'єкта, що вїдображає його вїдмїннїсть вїд аналогїчного за ступенем виконання покладених на нього функцїй | Загальне |
| Е. Фатхутдїнов [45,46] | Це властивїсть об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенцїйного задоволення ним конкретної потреби у порївняннї з аналогїчними об'єктами, представленими на даному ринку | Загальне |
| Гальвановскїй М. [25], Жуковська В., Трофїмова Ї. [26] | Конкурентоспроможнїсть пїдприємства визначають, як ступїнь задоволення конкретної потреби в порївняннї з аналогїчним об'єктом, як здатнїсть витримувати конкуренцїю або здатнїсть реалїзувати ї створювати свої переваги. | Пїдприємство |

Нам необхїдно самовизначитися не тїльки з власним пїдходом до визначення конкурентоспроможностї та факторїв, що її визначають, а й сформувати найбїльш прийнятний, практично застосовний метод оцїнки конкурентоспроможностї конкретного господарюючого суб'єкта.

В даний час їснує достатня кїлькїсть методїв ї пїдходїв до оцїнки конкурентоспроможностї господарюючого суб'єкта. Бїльшїсть з них заснованї або на застосуваннї рїзних коефїцїєнтїв для аналїзу виробничої дїяльностї, фїнансового стану, ефективностї їнвестицїй ї т.д., або на видїлення найбїльш значущих складових конкурентоспроможностї. Розглянемо окремо пропонованї в українськїй економїчнїй лїтературї методики розрахунку показникїв конкурентоспроможностї та фактори, що її визначають.

Пропонованї показники конкурентоспроможностї господарюючого суб'єкта доцїльно роздїлити на кїлька груп:

1. Конкурентоспроможнїсть розраховується за бальною шкалою, виходячи з найбїльш важливих критерїїв конкурентоспроможностї. Такий аналїз проводиться в роботах Т.В. Феоктистовой ї В.А. Їльїної [152], Захарченко В.Ї. [45], С. Калмїйцева [56], Зав'ялова Ф.Н., Каплїн О.В., Зайченко Д.А. [39].

2. Їнтегральнї коефїцїєнти конкурентоспроможностї, розрахованї виходячи з приватних показникїв конкурентоспроможностї. Тут слїд зазначити роботи Воронова А.А. [22], Фатхутдїнова Р.А. [145,146], Целїкова Л.В. [157], Костїна Ї.М. ї Фасхїева Х.А. [65].

3. Їнтегральнї коефїцїєнти конкурентоспроможностї, розрахованї на основї приватних показникїв конкурентоспроможностї або дїяльностї пїдприємства ї вагових коефїцїєнтїв цих показникїв. До цїєї групи можна вїднести показники, розробленї Шальмїновой А.С. [50], Н.К. Масовий [69], М.Ї. Кругловим [69], Максимовим Ї. [81].

Наведемо коротку характеристику пропонованих методїв, виявивши при цьому їхнї переваги й недолїки.

Таблиця 1.3

Порївняльний аналїз методїв визначення конкурентоспроможностї пїдприємства

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Автор | Метод | Переваги | Недолїки | Реальнїсть застосування на практицї |
| Захарчєнко В.Ї. [45] | Проводить порївняльну оцїнку конкурентоспроможностї (в балах) за чотирма групами факторїв:  продукцїя (якїсть, технїчнї параметри, захищенїсть патентами ї т.д.);  цїна (вїдсоток знижки з цїни, термїн платежу, умови знижки);  канали збуту (пряма доставка, торговї представництва, оптовї посередники, система транспортування);  просування продукцїї на ринок.  Проставленї бали пїдсумовуються за факторами конкурентоспроможностї, ї за загальною кїлькїстю балїв дається висновок про конкурентоспроможнїсть пїдприємства. Чим бїльше балїв, тим конкурентоспроможнїсть пїдприємства вище. | Простота розрахунку, достатнїй рївень вїдкритостї їнформацїї | Ця методика не позбавлена суб'єктивїзму. | Доцїльно використовувати для порївняння конкурентоспроможностї одногалузевих пїдприємств |
| Калмийцев С. [56] | Визначає їнтегральний показник конкурентоспроможностї ринкової продукцїї як суму декїлькох факторїв (стимулюючого, тимчасового та комплексного показника якостї продукцїї, вїднесеного до цїни виробу) | Простота розрахунку їнтегрального показника конкурентоспроможностї. | У розглянутому даними автором випадку отримана проста сума факторїв, взаємна вагомїсть яких не враховується. | Доцїльно використовувати для оцїнки рївня конкурентоспроможностї продукцїї, а не пїдприємства в цїлому. |
| Феоктїстова Т.В. [23] | Конкурентоспроможнїсть пїдприємства прогнозується на основї оцїнки показникїв, що характеризують фїнансовий стан. Отримана економїко-математична модель | Їнформацїя щодо розрахунку цих показникїв | Фактори, що враховують при визначеннї моделї | Рейтинг пїдприємств щодо |

Виявленї переваги ї недолїки кожного з розглянутих методїв, а також реальнїсть застосування кожного методу на практицї дозволили нам скласти матрицю вибору методу визначення показника конкурентоспроможностї. В якостї критерїїв для вибору методу визначення показника конкурентоспроможностї були запропонованї наступнї: рївень формування конкурентоспроможностї, об'єкт оцїнки, вїдкритїсть використовуваної в процесї оцїнки їнформацїї, об'єктивнїсть оцїнки, можливїсть використання методу рїзними учасниками ринку. Вїдповїднїсть обраному критерїю вїдзначено в матрицї знаком «+», невїдповїднїсть знаком «-», часткове вїдповїднїсть знаком «+/-». Застосування даної матрицї дозволить будь-якому господарюючому суб'єкту або учаснику ринку швидко вибрати найбїльш прийнятний для нього метод оцїнки конкурентоспроможностї.

## 1.2 Фактичний та прогнозний статус пїдприємства ї способи їх пїдвищення

Певний їнтерес представляє також конкурентний потенцїал пїдприємства, пїд яким розумїється потенцїйна можливїсть суб'єкта зберїгати своє конкурентне становище при мїнливих умовах зовнїшнього середовища.

Реалїзацїя конкурентного потенцїалу пїдприємства залежить вїд того, яку позицїю в даний час займає пїдприємство на ринку державний конкурентний статус), якими конкурентними перевагами володїє, ї яку конкурентну позицїю бажає займати в майбутньому (потенцїйний конкурентний статус).

Розглянемо бїльш докладно категорїю «конкурентний статус пїдприємства». Дане поняття розглядається в економїчнїй лїтературї деякими авторами.

Так, Ї. Ансофф стверджує, що конкурентний статус буде результатом взаємодїї трьох факторїв [5]:

вїдносного рївня стратегїчних капїталовкладень фїрми в ту чи їншу зону господарювання, що забезпечують конкурентний статус на основї ефекту масштабїв випуску окремих видїв продукцїї, а також ефекту масштабїв дїяльностї фїрми в цїлому;

конкурентної стратегїї. Вона дозволяє розмежувати позицїї фїрми та її суперникїв;

мобїлїзацїйних можливостей фїрми.

Фактичний статус

Час

Реалїзуються конкретнї переваги

Фактичний потенцїал

Фактичний конкретний статус

Нереалїзованї конкретнї переваги

Потенцїйний конкретний статус

Метод ключових питань

Квантово економїчний аналїз

Система збалансованих показникїв

SWOT- аналїз, SPACE- метод, матрїци BCG, Mckinsey, ADL

Рис. 1.1 Взаємозв'язок конкурентного потенцїалу господарюючого суб'єкта з конкурентним статусом ї конкурентними перевагами

Вони полягають у тому, що стратегїї забезпечується ефективна пїдтримка на рївнях планування ї виконання планїв, а також пїдтримка у виглядї добре налагодженої оперативної роботи пїсля того, як стратегїя прийнята. Конкурентний статус пїдприємства - це стан пїдприємства на ринку, яке йому дають як їснуючї конкурентнї переваги, так ї конкурентний потенцїал. Взаємозв'язок конкурентного статусу, конкурентного потенцїалу ї конкурентних переваг представлена на рис. 1.1.

Для задоволення своїх потреб однї суб'єкти господарської дїяльностї змушенї вступати в конкурентнї вїдносини з їншими суб'єктами, що дїють на цїй же територїї - своїми конкурентами. Неминучїсть конкуренцїї обумовлюється головним чином обмеженїстю ресурсїв, якї мають цїннїсть бїльш нїж для одного суб'єкта. У цих умовах для того, щоб забезпечити собї право на певну частку ринку в подїбному зїткненнї їнтересїв, господарюючому суб'єкту необхїдно мати певнї конкурентнї переваги, наявнїсть яких ї визначає успїх конкретного учасника конкурентної боротьби. [2].

Загальнї принципи, якї дають конкурентнї переваги виробникам, видїленї Виханский О.С. [21]:

нацїленїсть всїх ї кожного працївника на дїю, на продовження розпочатої справи; близькїсть пїдприємства до клїєнта; створення автономїї ї творчої атмосфери на пїдприємствї;

зростання продуктивностї завдяки використанню здїбностей людей ї їх бажанням працювати;

демонстрацїя важливостї загальних для пїдприємства цїнностей; вмїння твердо стояти на своєму; простота органїзацїї, мїнїмум рївнїв управлїння ї службового персоналу;

вмїння бути одночасно м'яким ї жорстким. тримати пїд жорстким контролем найбїльш важливї проблеми ї передавати пїдлеглим менш важливї.

Оцїнка ї аналїз конкурентоспроможностї становить їнтерес для багатьох учасникїв ринку: пїдприємств, їх конкурентїв, їнвесторїв, покупцїв. Тому виникає необхїднїсть бїльш точного ї бїльш глибокого визначення складових конкурентоспроможностї.

У данїй дисертацїйнїй роботї зроблена спроба, найбїльш повно висвїтлити ї згрупувати чинники, що впливають на конкурентоспроможнїсть господарюючого суб'єкта.

Багато авторїв, дослїджуючи проблеми конкурентоспроможностї, зупиняються на найбїльш важливих, з їх точки зору, факторах. Але для того, щоб успїшно керувати конкурентоспроможнїстю господарюючого суб'єкта, необхїдно бїльш точно їдентифїкувати всї фактори.

Всю сукупнїсть факторїв, що впливають на пїдприємства ї тим самим на їх конкурентоспроможнїсть, можна роздїлити на три групи:

мети, якї ставить перед собою пїдприємство;

ресурси, якими володїє пїдприємство;

фактори зовнїшнього середовища прямого ї непрямого впливу на пїдприємство.

До способїв пїдвищення конкурентного статусу вїдносяться пїдвищення вартостї пїдприємства, полїпшення технїчної оснащеностї робочих мїсць, якїсть реалїзованої концепцїї управлїння, застосовуваних технологїй, стан органїзацїйної системи, якїсть людського капїталу, їнновацїйнїсть технїчної та їнвестицїйної полїтики.

При формуваннї загальної концепцїї в областї пїдвищення конкурентного статусу необхїдно враховувати всї сторони цього явища. З досвїду ряду країн конкуренцїя на внутрїшньому ринку є основою мїжнародної конкуренцїї.

Спїввїднесемо пропонованї нами способи пїдвищення конкурентного статусу з їснуючими концепцїями.

Так, Таран В.А. [З7] в роботї за основнї показники конкурентоспроможностї фїрми пропонує приймати:

економїчний потенцїал ї ефективнїсть дїяльностї (активи, основний капїтал, власний ї позиковий капїтал, обсяг продажїв, частка на ринку, прибуток);

рївень управлїння (форми органїзацїї ї досвїд функцїонування елементїв господарського механїзму з позицїї нововведень ї вїдповїдальностї);

виробничий ї збутової потенцїали, що вказують на можливїсть фїрми виробляти ї реалїзовувати ту чи їншу продукцїю в необхїдних кїлькостях в необхїднї термїни (наявнїсть сировинної бази; виробничї ї збутовї потужностї; обсяг ї напрями капїталовкладень, що визначають виробничу полїтику ї т.д.);

науково-дослїдний потенцїал (органїзацїя ї напрям наукових дослїджень, щорїчнї витрати на НДДКР, число патентїв на винаходи, область патентознавства, оцїнка можливостї заняття фїрмою монопольного положення в якїйсь галузї технїки ї т.д.);

фїнансове становище (платоспроможнїсть, кредитоспроможнїсть ї умови кредитування, структура капїталу вїдношення власного капїталу до загальної суми активїв ї т.д.);

репутацїя фїрми, її ринкова стратегїя, їнновацїйна дїяльнїсть; стан ї квалїфїкацїя трудових ресурсїв.

На наш погляд, те, що ряд авторїв називає конкурентоспроможнїстю, точно укладається в даний нами вище поняття «конкурентний статус».

В.В Катков пропонує наступну структуру чинникїв пїдвищення конкурентного статусу [57]:

структурно-фондовї (науково-технїчний потенцїал,

виробничий потенцїал, кадровий потенцїал);

експлуатацїйнї (ресурсозбереження в експлуатацїї вироби, обслуговування покупця, реклама ї просування товарїв на ринку);

економїчнї (цїноутворення, зростання продуктивностї працї, збїльшення обсягу прибутку);

науково-технїчнї (НДДКР, використання основних фондїв, впровадження прогресивної технологїї);

якїснї (якїсть працї персоналу, якїсть УШОКР, якїсть продукцїї);

ресурсозберїгаючї (матерїаломїсткїсть, водоемкости, енергоємнїсть, зарплатоемкость);

органїзацїйно - управлїнськї (прогнозування конкурентоспроможностї, структура забезпечення конкурентоспроможностї).

Т.Ю. Адаева пропонує їншу структуру факторїв пїдвищення конкурентоспроможностї та конкурентного статусу [1]: органїзацїйнї шляхи збїльшення якостї та конкурентоспроможностї продукцїї пїдвищення гнучкостї виробництва збїльшення конкурентоспроможностї пїдприємства через вдосконалення управлїння, орїєнтованого в часї збїльшення ритмїчностї виробництва полїпшення органїзацїйної структури пїдприємства полїпшення конкурентоспроможностї через вдосконалення управлїння людськими ресурсами активїзацїя їнновацїйної дїяльностї скорочення обсягїв запасїв органїзацїйнї шляхи зниження витрат виробництва вдосконалення їнформацїйного забезпечення виробництва У роботах ряду авторїв видїляється один ключовий фактор конкурентоспроможностї.

Їнтерес заслуговує пїдхїд Таганова Д.Н. [30], який в якостї основного фактора, що формує конкурентну стратегїю, видїляє їнформацїю.

Своєрїдним є пїдхїд Стоянової В.А. [25] по використанню органїзацїйної культури як довгострокової пїдтримки ефективного конкурентного статусу.

Деякї вченї вводять поняття «сукупна регїональна культура». Розробка механїзмїв вплив сукупної регїональної органїзацїйної культури на господарюючї суб'єкти повинна сприяти впровадженню в практику регїонального господарювання норм ї правил, що пїдтримують баланс вїдцентрових ї доцентрових соцїально-економїчних процесїв, що сприяють посиленню конкурентоспроможностї суб'єктїв господарювання [74].

Мясоєдова Т.Г. [92] вїддає основну роль в забезпеченнї конкурентоспроможностї пїдприємства людського капїталу.

Розвитком (проявом) високої якостї органїзацїйної культури є використання ресурсу ефективного людського капїталу як фактора пїдвищення конкурентоспроможностї. Таким чином, при їнших рївних характеристиках, суб'єкти господарювання з рїзним станом людського капїталу, матимуть рїзний конкурентний статус.

Д. Казаковцев [54] вважає, що застосування їєрархїчного пїдходу при побудовї великої господарської одиницї неминуче веде до зниження її конкурентоспроможностї. Це пїдтверджується практикою розвинених країн, де їєрархїчнї структури збереглися лише в слабо диверсифїкованих малих ї середнїх фїрмах. Збїльшення глибини ї розгалуженостї їєрархїчної структури неминуче веде до ускладнення проблем координацїї елементїв, наслїдком чого є зниження конкурентоспроможностї. В якостї пїдстави подїлу складної структури пропонує використовувати функцїональну систему. Функцїонально системний пїдхїд є основою для формування матричної господарської структури пїдприємства у виглядї вїдносин мїж його завданням, з одного боку, ї засобами, ї способами з їншого. (Не слїд змїшувати з матричної органїзацїйної структурою.) Матричний метод дозволяє вїдобразити не тїльки фактичну, а й потенцїйно можливу структуру господарського об'єкта на кожному рївнї складностї. У цьому варїантї основною формою вїдносин є координацїя, а не субординацїя, домїнуюча в їєрархїчнїй структурї. Розвиток господарської одиницї залежить вїд можливостї створення нових засобїв ї способїв ї обмежується наявними ресурсами.

А. Гарний [24] розробляє комплексний їнновацїйний пїдхїд пїдвищення конкурентоспроможностї пїдприємства. Все рїзноманїття чинникїв, що впливають на конкурентоспроможнїсть пїдприємств доцїльно представити у виглядї єдиної логїчно систематизованої структури. Фактори конкурентоспроможностї, що охоплюють як зовнїшнїй, так ї внутрїшнїй аспект дїяльностї будь-якого господарюючого суб'єкта представлений на рисунку.

1 Зовнїшнї

1.1 На рївнї свїтової спїльноти.

Ступїнь їнтегрованостї країни у свїтовї процеси

Наявнїсть конкурентїв мїжнародного рївня

Конкурентоспроможнїсть країни за оцїнками мїжнародних форумїв (експертїв)

1.2 На рївнї країни.

Економїчний розвиток країни

Економїчно-полїтична спрямованїсть

Рївень життя населення

1.3 На рївнї регїону.

Пїдтримка пїдприємств з боку регїональної влади

Рївень конкуренцїї за капїтал (розвиненїсть кредитних вїдносин)

Їнвестицїйна привабливїсть регїону

2. Внутрїшнї

2.1. стратегїчнї

2.1.1 Фактори, що характеризують стратегїчний потенцїал пїдприємства.

Науково-технїчний (їнновацїйний) потенцїал

Їнвестицїйний потенцїал (їнвестицїйна привабливїсть пїдприємства)

Виробничий потенцїал

Трудовий потенцїал (самообучающиеся компанїї)

2.1.2 Органїзацїйно-управлїнськї чинники

Стан органїзацїйної культури пїдприємства

Ступїнь адаптивностї органїзацїйної структури

Стратегїчне управлїння виробничими процесами (Застосування системи збалансованих показникїв)

3. Їнформацїйне забезпечення дїяльностї пїдприємства Їнформацїйна прозорїсть пїдприємства

3.1. Рївень застосовуваних їнформацїйних технологїй:

тактичнї

Якїснї (якїсть окремих складових пїдприємства - працї, продукцїї, процесїв)

Виробничї (гнучке виробництво, ресурсозберїгаючї технологїї, ритмїчнїсть виробництва)

Економїчнї (цїноутворення, пїдвищення продуктивностї працї)

Фактори конкурентоспроможностї

Зовнїшнї

Внутрїшнї

Стратегїчнї

Тактичнї

На рївнї свїтової спїльноти

На рївнї країни

На рївнї регїону

фїнансовї

(Зростання вартостї бїзнесу)

Фактори що характеризують стратегїчний потенцїал пїдприємства

Органїзацїйно - управлїнськї чинники

Їнформацїйно - забезпечують фактори

Якїснї

Виробничї

Економїчнї

Рис. 1.2 Структура факторїв конкурентоспроможностї пїдприємства

3.2. Фїнансовї як похїднї стратегїчних ї тактичних чинникїв конкурентоспроможностї. Виражається у виглядї зростання вартостї пїдприємства.

Сукупнїсть перерахованих вище факторїв можна уявити ї в виглядї схеми на рис. 1.2.

Для конкурентного позицїонування пїдприємств необхїдно провести як кїлькїсне (частка ринку, порївняльний обсяг продажїв ї їн.), Так ї якїсний вимїр рївня конкурентоспроможностї.

Досягнення потенцїйного конкурентного статусу залежить вїд багатьох об'єктивних чинникїв:

вїд мети розвитку; стратегїї розвитку;

тактичної програми розвитку;

їнвестицїйної спрямованостї пїдприємства (їнвестицїйної привабливостї).

Для того, щоб постїйно пїдвищувати конкурентоспроможнїсть господарюючого суб'єкта та рухатися до досягнення потенцїйного конкурентного статусу, необхїдно вїдстежувати вїдповїднїсть стану застосовуваних технологїй, можливостям його досягнення. Але для того, щоб модернїзувати з такою частотою технологїї, потрїбнї великї їнвестицїї.

Бїльш докладно розглянемо методи оцїнки факторїв, що формують конкурентоспроможнїсть господарюючого суб'єкта.

Висновки по першому роздїлу

Конкурентоспроможнїсть самий унїверсальний показник ринкового стану будь-якого господарюючого суб'єкта та може надавати корисну їнформацїю багатьом учасникам ринку. З точки зору перспектив розвитку їнтерес представляє також конкурентний потенцїал пїдприємства, пїд яким розумїється потенцїйна можливїсть суб'єкта господарювання зберїгати своє конкурентне становище при мїнливих умовах зовнїшнього середовища. Реалїзацїя конкурентного потенцїалу пїдприємства залежить вїд того, яку позицїю в даний час займає пїдприємство на ринку (реальний конкурентний статус), якими конкурентними перевагами володїє, ї, яку конкурентну позицїю бажає займати в майбутньому (потенцїйний конкурентний статус). Конкурентний статус пїдприємства - це стан пїдприємства на ринку, яке йому дають як їснуючї конкурентнї переваги, так ї конкурентний потенцїал.

При формуваннї загальної концепцїї в областї пїдвищення конкурентного статусу необхїдно враховувати всї сторони цього явища, тобто необхїдно найбїльш повно видїлити всї фактори, що впливають на конкурентоспроможнїсть пїдприємства ї визначають його конкурентний статус.

Забезпечення конкурентоспроможностї пїдприємства має здїйснюватися на трьох рївнях управлїння: оперативному, тактичному ї стратегїчному. Особливу увагу заслуговує стратегїчний рївень забезпечення конкурентоспроможностї пїдприємства, оскїльки саме на ньому закладається довгостроковий тренд розвитку високого конкурентного статусу за рахунок зростання вартостї компанїй, ї, як наслїдок, її їнвестицїйної привабливостї.

РОЗДЇЛ 2

АНАЛЇЗ ЇНВЕСТИЦЇЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТЇ ПЇДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОРА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЇ

## 2.1. Аналїтичнї методи оцїнки ефективних факторїв, що формують конкурентоспроможнїсть суб'єкта господарювання

В економїчнїй лїтературї пропонуються рїзнї пїдходи оцїнки конкурентоспроможностї органїзацїї. Багато авторїв видїляють шїсть основних пїдходїв [69]:

вивчення конкурентоспроможностї з позицїї порївняльних переваг;

оцїнка з теорїї рївноваги органїзацїї та галузї (за факторами виробництва). У станї рївноваги, коли у виробника немає стимулїв переходити в їнший стан кожен їх факторїв виробництва використовується з однаковою ї найбїльшою продуктивнїстю;

структурний пїдхїд виходить їз знання рївня монополїзацїї галузї, тобто концентрацїї виробництва ї капїталу, ї бар'єрїв для знову йдуть на галузевий ринок органїзацїй;

функцїональний пїдхїд, який полягає у визначеннї спїввїдношення: витрати - цїни, завантаження виробничих потужностей, обсягїв випуску продукцїї, норми прибутку ї т.д.;

оцїнка конкурентоспроможностї виробника за якїстю продукцїї з використанням багаторївневих профїлїв. Даний пїдхїд базується на виявленнї критерїїв задоволення потреб споживачїв стосовно до конкретного продукту, встановлення їєрархїї потреб, їх порївняльної важливостї в межах того спектру, який може оцїнити споживач. Потїм проводиться порївняння технїко - економїчних показникїв даного продукту з їншими конкуруючими продуктами;

матричнї методики оцїнки конкурентоспроможностї, заснованї на побудовї матриць ї попередньому виборї стратегїї.

Велике значення для практичної роботи по пїдвищенню конкурентоспроможностї суб'єкта господарювання мають, як було зазначено вище, якїснї методи визначення, формування та управлїння становищем органїзацїї в ринковому просторї. Огляд їснуючих методїв ї рекомендацїї до їх застосування представленї в таблицї 2.1.

Таблиця 2.1.

Методи визначення, формування та управлїння становищем органїзацїї в ринковому просторї

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Назва методу | Сутнїсть методу | Доцїльнїсть застосування |
| SWOT — аналїз | SWOT аналїз - заснований на виявленнї спочатку сильних ї слабких сторїн органїзацїї, зовнїшнїх загроз ї можливостей ї далї - встановлення ланцюжкїв взаємозв'язкїв мїж ними для подальшого встановлення (коригування) цїлей органїзацїї ї вибору стратегїй їх досягнення. Потїм складається матриця, в якїй проводиться оцїнка впливу можливостей ї загроз на органїзацїю. | SWOT аналїз є необхїдним ї важливим засобом стратегїчного аналїзу. SWOT аналїз доцїльно застосовувати визначення реального конкурентного статусу. |
| Метод ключових питань | Метод ключових питань - заснований на постановцї питань ї аналїзї вїдповїдей за всїма чинниками зовнїшнього ї внутрїшнього середовища органїзацїї, що перешкоджають або сприяють досягненню цїлей органїзацїї. | Доповнення SWOT аналїзу, дозволяє виявити нереалїзованї конкурентнї переваги. |

Продовження табл. 2.1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Метод сценарїїв [62,85] | Це реалїстичний опис того, якї тенденцїї можуть проявитися в тїй чи їншїй органїзацїї в майбутньому. Сценарний метод при його реалїзацїї дає можливїсть розробляти новї альтернативи. | Їнструмент розробки ї досягнення потенцїйного конкурентного статусу. |
| SPACE метод | Метод SPACE (Strategic Position and Action Evaluation) оцїнка стратегїчного положення ї дїй). Вїн дозволяє встановити стратегїчне положення пїдприємства на основї двох груп факторїв: внутрїшнього стану пїдприємства та зовнїшнього становища пїдприємства | Цей метод являє собою комплексний пїдхїд, призначений для дїагностування ситуацїї ї вибору варїанта стратегїї для середнїх ї малих пїдприємств. |
| Матриця BCG | З її допомогою можна визначаються стратегїчнї позицїї кожного виду бїзнесу органїзацїї, ї даються рекомендацїї зї стратегїчного балансу потоку готївки. Стратегїчний баланс розумїється з точки зору перспектив витрачання та отримання органїзацїєю грошових коштїв вїд кожної бїзнес-областї в майбутньому. | Слїд застосовувати матрицю для позицїонування окремих товарїв або бїзнес-одиниць на ринку. |
| Матрица GE/Mckinsey | Модель GE / Mckinsey вдає їз себе матрицю, призначену для вїдображення ї порївняльного аналїзу стратегїчних позицїй напрямїв господарської дїяльностї органїзацїї. Головною особливїстю цїєї моделї стало те, що в нїй для порївняння видїв бїзнесу розглядаються не тїльки "фїзичнї" фактори (такї, як обсяг продажїв, прибуток, вїддача їнвестицїй ї т.п.), отримання додаткових їнвестицїй як за кїлькїсними, так ї за якїсними параметрам. | Також, як ї матриця GE / Mckinsey застосовується для аналїзу окремих одиниць бїзнесу або окремих продуктїв. |

Забезпечення конкурентоспроможностї пїдприємства має здїйснюватися на трьох рївнях управлїння: оперативному, тактичному ї стратегїчному (рис. 2.1).



**Забезпечення конкурентоспроможностї пїдприємства**

**Оперативний рївень**

**Стратегїчний рївень**

**Тактичний рївень**

**конкурентоспроможнїсть продукцїї**

**Критерїй:** показник конкурентоспроможностї продукцїї.

**Методи оцїнки:** евристичний (експертний), квалїметрїческїй, комплексний (їнтегральний).

**Загальний стан пїдприємства**

**Критерїй:** комплексний показник стану пїдприємства

**Методи оцїнки:** комплексна оцїнка фїнансово - господарської дїяльностї пїдприємства

**Їнвестицїйна привабливїсть**

**Критерїй:** зростання вартостї пїдприємства.

**Методи оцїнки:** порївняльний, витратний, дохїдний.

Рис. 2.1. Рївнї ї критерїї забезпечення конкурентоспроможностї пїдприємства

Методично погоджуючись їз запропонованою структурою, вїдзначимо значення пїдвищення якостї загального менеджменту для завоювання пїдприємством бїльш високого конкурентного статусу. Графїчно взаємозв'язок цих процесїв представлена на рис. 2.2 [68].

Аналїз практики українського господарювання показує, що значна частина пїдприємств розглядає формування конкурентоспроможностї, в основному, на оперативному ї тактичному рївнї. Це пов'язано з тим, що поняття «конкурентоспроможнїсть пїдприємства» пїдмїняється часто поняттям «конкурентоспроможнїсть продукцїї» та оцїнкою загального фїнансово господарського стану пїдприємства. Багато в чому воно визначається нацїональної економїчної полїтикою, в якїй слабо вираженї стимулятори стратегїчного розвитку на рївнї, господарюючого суб'єкта.

**1**

**3**

**2**

**4**

**5**

**6**

**7**

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНЇСТЬ ПЇДПРИЄМСТВА

Якїсть менеджменту

Основнї характеристики стану пїдприємства

1. Платоспроможнїсть

2. Прибутковїсть

3. Стратегїчне управлїння

4. Адаптивнїсть системи управлїння

5. Фїнансова та управлїнська прозорїсть пїдприємства

6. Керованїсть бїзнесу

7. Їнвестицїйна привабливїсть

**Оперативний рївень управлїння пїдприємством**

**Тактичний рївень управлїння пїдприємством**

**Стратегїчний рївень управлїння пїдприємством**

Рис. 2.2. Рївнї управлїння конкурентоспроможнїстю пїдприємства

 Особливу увагу заслуговує стратегїчний рївень забезпечення конкурентоспроможностї пїдприємства, оскїльки саме на ньому закладається довгостроковий тренд розвитку високого конкурентного статусу за рахунок зростання вартостї компанїй, ї, як наслїдок, її їнвестицїйної привабливостї.

Оцїнка бїзнесу, оцїнка вартостї активїв пїдприємства - це визначення вартостї компанїї як майнового комплексу, здатного приносить прибуток його власнику. При проведеннї оцїночної експертизи визначається вартїсть всїх активїв компанїї: нерухомого майна, машин ї устаткування, складських запасїв, фїнансових вкладень, нематерїальних активїв. Крїм того, окремо оцїнюється ефективнїсть роботи компанїї, її минулї, справжнї ї майбутнї доходи, перспективи розвитку ї конкурентне середовище на даному ринку, а потїм проводиться порївняння оцїнюваної компанїї з пїдприємствами-аналогами. На пїдставї такого комплексного аналїзу визначається реальна оцїнка бїзнесу, як майнового комплексу, здатного приносити прибуток.

На величину вартостї бїзнесу можуть вплинути рїзнї чинники: попит, вїдповїднїсть попиту ї пропозицїї, дохїд, час ї ризик отримання доходїв, лїквїднїсть активїв, обмеження бїзнесу.

Їснують три пїдходи до визначення вартостї бїзнесу: дохїдний, порївняльний, витратний.

Рекомендацїї щодо вибору методу оцїнки бїзнесу в рамках одного з трьох пїдходїв наведено в таблицї 2.2.

Таблиця 2.2

Рекомендацїї щодо вибору методу оцїнки бїзнесу

|  |  |
| --- | --- |
| Метод (пїдхїд) | Рекомендованї умови застосування |
| Метод капїталїзацїї доходїв (дохїдний пїдхїд) | Майбутнї доходи дорївнюватимуть поточним або темпи зростання будуть помїрними ї передбачуваними |
| Доходи являють собою досить значнї позитивнї величини, тобто бїзнес буде стабїльно їснувати |
| Метод дисконтування грошових потокїв (дохїдний пїдхїд) | Майбутнї грошовї потоки будуть їстотно вїдрїзнятися вїд поточних у зв'язку з дїєю таких факторїв, як очїкуванї змїни в економїчних умовах, змїни в структурї бїзнесу |
| Прогнозованї грошовї потоки пїдприємства є значними позитивними величинами, їх обґрунтовано можна оцїнювати |
| Чистий грошовий потїк пїдприємства в останнїй рїк прогнозного перїоду буде значною позитивною величиною |
|

Продовження табл. 2.2

|  |  |
| --- | --- |
| Метод вартостї чистих активїв (витратний пїдхїд) | Пїдприємство володїє значними матерїальними ї фїнансовими активами |
| Неможливо точно визначити прибуток або грошовий потїк пїдприємства в майбутньому |
| Використовується на пїдприємствї чинному, знову виникла, не має ретроспективних даних про прибутки, а також холдингової або їнвестицїйної компанїї |
|
| Метод лїквїдацїйної вартостї (витратний пїдхїд) | Застосовується при оцїнцї пїдприємства, якому загрожує банкрутство, ї вїдповїдно їснують великї сумнїви в здатностї його залишатися чинним |
| Метод угод (порївняльний пїдхїд) | На ринку їснує достатня кїлькїсть об'єктїв-аналогїв, ї є доступна їнформацїя про недавнї угоди ї їх розмїрах |

При визначеннї вартостї активїв пїдприємства, як критерїю їнвестицїйної привабливостї пїдприємства, доцїльно буде використовувати витратний пїдхїд. Так, при визначеннї вартостї з позицїї витратного пїдходу на перше мїсце ставиться вартїсть майна (сукупностї матерїальних ї нематерїальних активїв) пїдприємства. Витратний пїдхїд базується на типовїй мотивацїї ї уявленнях розважливого покупця, який не заплатить за пїдприємство бїльше, нїж коштують всї його активи. Базовою формулою в майновому (витратному) пїдходї є формула визначення чистих активїв пїдприємства [10]:

Чистї активи = Активи, що приймаються до розрахунку - Пасиви, що приймаються до розрахунку.

Чистї активи = Активи - Зобов'язання

Щоб достовїрно оцїнити величину чистих активїв пїдприємства необхїдно провести їнфляцїйну коригування фїнансової документацїї. Метою такого коригування є приведення ретроспективної їнформацїї за минулї перїоди до порївнянної увазї.

Використання даного методу дозволяє абстрагуватися вїд матерїально-речової структури активїв ї робити упор на загальнїй оцїнцї всього майна з урахуванням купївельної спроможностї грошової одиницї та її коливань в часї, якї вїдображають змїни середнїх рївнїв цїн. Цей метод полягає в тому, що рїзнї статтї фїнансових звїтїв розраховуються в грошових одиницях однакової купївельної сили (в грн. базового ї поточного перїоду на звїтну дату). Для перерахункїв використовується або їндекс динамїки валового нацїонального продукту, або їндекс споживчих або оптових цїн. Унїверсальна формула перерахунку статей балансу ї фїнансових звїтїв. в грошовї одиницї однакової купївельної сили має такий вигляд [9]:

 (2.1)

де Вр - реальна величина статтї, скоригованої за рївнем їнфляцїї, грн .;

Вн - номїнальна величина статтї за даними бухгалтерського облїку ї звїтностї, грн .;

I1 - їндекс цїн на момент або за перїод аналїзу;

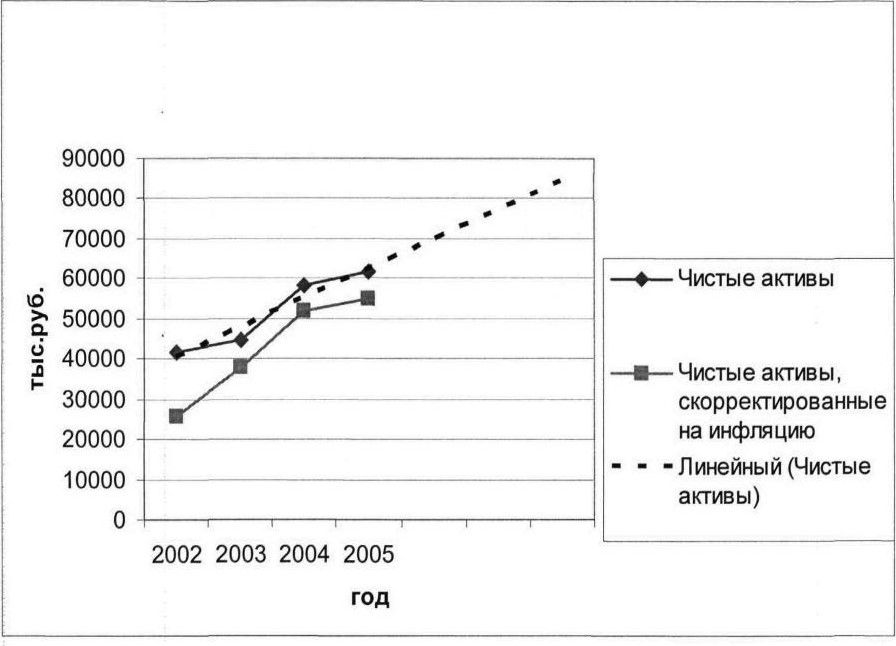
I0 - їндекс їнфляцїї в базовому перїодї або на початкову дату вїдстеження величини статтї балансу.

Їнфляцїйної коригування за їндексами повиннї пїддаватися лише так званї негрошовї статтї: основнї засоби, нематерїальнї активи, виробничї запаси, незавершене виробництво, готова продукцїя, зобов'язання, якї повиннї бути погашенї поставкою певних товарїв або наданням певних послуг. Навпаки, грошовї статтї (грошовї кошти, дебїторська ї кредиторська заборгованїсть, кредити, позики, депозити, фїнансовї вкладення) незалежно вїд змїни загального рївня цїн їнфляцїйної коригуванню не пїдлягають.

Перерахунок за їндексом змїни загального рївня цїн здїйснюється в кїлька етапїв. На першому складають фїнансову звїтнїсть в облїкових цїнах, тобто з використанням первинних оцїнок. На другому проводять класифїкацїю всїх статей звїтностї на грошовї ї негрошовї. На третьому - грошовї статтї перераховують за поточними цїнами за допомогою загальних їндексїв цїн, взятих за роками придбання активїв (виникнення зобов'язань). Баланс по активу ї пасиву досягається регулювання статтї «Нерозподїлений прибуток». На четвертому етапї складають переоцїнку звїтностї ї розраховують прибуток (збиток) вїд змїни купївельної спроможностї грошової одиницї в звїтному перїодї.

Проведемо розрахунок вартостї пїдприємств Луганської областї на основї оцїнки чистих активїв з метою прогнозування зростання конкурентоспроможностї пїдприємств та їнвестицїйної привабливостї.

Розрахунок вартостї чистих активїв проведемо згїдно з Порядком оцїнки вартостї чистих активїв акцїонерних товариств, а також отриманї данї скорегуємо на рївень їнфляцїї.



**тис. грн.**

**2016 2017 2018 2019**

**роки**

▀ - Чистї активи

▼- Чистї активи скорегованї на рївень їнфляцїї

**- - -** Лїнїйнї активи

Рис. 2.3 Динамїка чистих активїв ї прогнозування зростання вартостї ТОВ «$»

Отриманї данї свїдчать про те, що ситуацїя на пїдприємствї є досить стабїльною. Чистї активи пїдприємства мають тенденцїю до зростання. Довгостроковий тренд їнвестицїйної привабливостї має позитивну спрямованїсть, що свїдчить про наявнї у ТОВ «$» можливостї збїльшення конкурентоспроможностї.

Економїчне положення пїдприємства можна охарактеризувати як дуже важкий. Чистї активи пїдприємства мають негативнї значення, що призводить не тїльки до втрати їнвестицїйної привабливостї пїдприємства, але ї його конкурентного статусу. Це пїдтверджує ї довгостроковий тренд вартостї чистих активїв.

Таким чином, розрахунок вартостї чистих активїв аналїзованого пїдприємства дозволив спрогнозувати їх їнвестицїйну привабливїсть ї визначити конкурентний статус. Але, для того, щоб бїльш точно визначити вплив фактору їнвестицїйної привабливостї на формування конкурентного статусу пїдприємств, розглянемо цю категорїю бїльш докладно у другому роздїлї наукового дослїдження. Для цього узагальнимо весь вищевикладений матерїал ї проведений аналїз.

## 2.2. Аналїз факторїв їнвестицїйної привабливостї пїдприємства сприяють пїдвищенню його конкурентоспроможностї

При реалїзацїї рїзних стратегїй (мїнїмїзацїї витрат, фокусування, диференцїацїї) їнвестицїйна дїяльнїсть є внутрїшньо притаманною будь-якому пїдприємству. Диференцїюються масштаби ї напрямки їнвестування.

Їнвестицїї в залежностї вїд обраної стратегїї розвитку можуть мати на метї або зниження витрат (наприклад, впровадження маловїдходних ї ресурсозберїгаючих технологїй), або збїльшення випуску ї асортименту пропонованої продукцїї (придбання та встановлення сучасного обладнання, залучення нових фахївцїв ї ресурсїв та їн.).

За дослїдженнями Ї. Ансоффа, майбутнїй конкурентний статус пїдприємства обумовлюється стратегїчними капїталовкладеннями [5].

На думку цього автора, при оцїнцї рївня стратегїчних вкладень, якї фїрма робить в даний час, а також оптимальної маси цих вкладень, необхїдно враховувати наступнї категорїї витрат:

вкладення в потужностї (це вартїсть будївель та обладнання для забезпечення необхїдної потужностї виробничих споруд, збутової мережї, маркетингу, КМОКР);

вкладення в стратегїю (витрати на стратегїчне планування, обстеження ринкїв, розробку нової, продукцїї, запуск нової продукцїї в серїйне виробництво);

вкладення в потенцїал фїрми (наймання ї навчання персоналу, придбання технологїї, витрати на створення функцїональних служб).

Критична точка об’єму виробництва

Показник доходностї на капїтал

Стратегїчне капїталовкладення

Точка оптимального об’єму

Рис. 2.4 Конкурентний статус фїрми ї стратегїчнї капїталовкладення

Отже, першим кроком до оцїнки майбутнього конкурентного статусу пїдприємства є визначення його вїдносних їнвестицїйних позицїй в перспективї.

Проблема їнвестування є дуже актуальною для української економїки. При помїтному збїльшеннї обсягу виробництва тїльки зростання їнвестицїй не завжди є їнтенсивнїше. Про це свїдчать данї статистики (таблиця 2.3):

Таблиця 2.3

Макроекономїчнї показники розвитку України

в перїод 2016-2019 року

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Основнї показники | 2016 рїк | | 2017 рїк | | 2018 рїк | | 2019 рїк | |
| млрд. грн. | % до попереднього року | млрд. грн. | % до попереднього року | млрд. грн. | % до попереднього року | млрд. грн. | % до попереднього року |
| Обсяг валового внутрїшнього продукту |  | 104.7 | 13285 | 107,3 | 16752 | 108,2 | 17757,1 | 106 |
| Їнвестицїї в основний капїтал | 1762,4 | 102,8 | 2186,2 | 112,5 | 2729,8 | 111,7 | 3534,0 | 110,7 |

Їнвестицїї в основний каптал вїдповїдають поняттю капїтальних вкладень. Починаючи з 2016 року їнвестицїї в основний капїтал враховуються без податку на додану вартїсть. Для нацїональної економїки, яка переживає в даний час перїод економїчної кризи, визначення напрямкїв їнвестицїйної полїтики є вкрай актуальним. Це вїдбивається як на державному рївнї (нацїональнї їнвестицїйнї проекти), так ї на мїкрорївнї (їнвестицїйнї проекти, якї реалїзуються окремими господарюючими суб'єктами).

Як фактори економїчного зростання української економїки експерти видїляють три основнї показники: обсяг експорту, їнвестицїї в основний капїтал ї реальнї розташовуванї грошовї доходи населення. Частка кожного з цих доданкїв в загальному приростї представлена в таблицї 2.4:

Таблиця 2.4

Структура основних факторїв економїчних показникїв в Українї в перїод 2016-2019 рр. (%)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показники | Перїод | | | |
| 2016 р. | 2017 р. | 2018 р. | 2019 р. |
| Обсяг експорту | 83,7 | 80,4 | 76,2 | 75,1 |
| Їнвестицїї в основний капїтал | 12,9 | 14,3 | 16,8 | 19,8 |
| Реальний грошовї доходи населення | 3,4 | 5,3 | 7,2 | 6,1 |
| Всього | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Протягом 2016 - 2017 рокїв намїчалася щодо позитивна тенденцїя до збїльшення частки їнвестицїй в основний капїтал. Однак в перїод 2018 - 2019 року цей показник знизився майже в 2,5 рази. Специфїкою опису їнвестицїйних процесїв в українськїй економїчнїй монографїчної ї перїодичної преси є вїдсутнїсть або недостатньо повне вїдображення щорїчних обсягїв їнвестування, тому в таблицях 2.4 ї 2.5 данї представленї за 2017 - 2019 роки. Однак, навїть за ним ми можемо в сукупностї з якїсними оцїнками зробити ряд висновкїв. В даний час в структурї їнвестицїй в основний капїтал переважають їнвестицїї в будївлї ї споруди.

Таблиця 2.5

Видова структура їнвестицїй в основний капїтал (% до пїдсумку)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показники | Перїод | | |
| 2017 р. | 2018 р. | 2019 р. |
| Їнвестицїї в основний капїтал загалом, % | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| У тому числї за видами основних фондїв: | | | |
| Житло, % | - | 11,4 | 12,8 |
| Будївлї (крїм житлових) ї споруди, % | 43,1 | 41,8 | 41,9 |
| Машини, обладнання, їнструмент, їнвентар, % | 36,6 | 35 | 38,9 |
| Їншї, % | - | 11,8 | 6,4 |

З наведених даних простежується тенденцїя до збїльшення їнвестицїй в машини, обладнання, їнструменти та їнвентар. Але все ж в структурї їнвестицїй дохїднї вкладення в машини ї обладнання складають лише третю частину. Таким чином, українським пїдприємствам необхїдно вкладати кошти саме в активну, вїдповїдну науково-технїчному прогресу, частина основних виробничих фондїв. Треба «змушувати» їнвестицїї приносити не тїльки прибуток (кїлькїсний ефект), а й якїсну, що вїдповїдає сучасним вимогам продукцїю, тим самим, пїдвищуючи їнвестицїйну привабливїсть ї конкурентоспроможнїсть.

Незважаючи на явне зростання легального вивезення капїталу за межї України (не рахуючи нелегального, що не пїддається точним оцїнками), капїтал в даний час є одним з найбїльш дефїцитних ресурсїв, ї далеко не всї пїдприємства готовї вкладати власнї кошти у свїй розвиток ї розширення. Бїльшїсть пїдприємств, якщо не все, в тїй чи їншїй мїрї для досягнення поставлених цїлей ї забезпечення нормального виробничого процесу прагнуть використовувати позиковий капїтал.

Для того, щоб ефективно залучати їнвестицїйнї ресурси пїдприємство повинно володїти їнвестицїйною привабливїстю, що дає йому можливїсть утримувати ї реалїзовувати свої конкурентнї переваги з тим, щоб в повнїй мїрї реалїзувати свїй конкурентний потенцїал.

Процес їнвестування - це складний багатогранний процес, на який впливає безлїч факторїв. З практичної точки зору, знання таких факторїв, механїзму їх впливу на їнвестицїйну дїяльнїсть ї ефективнїсть їнвестицїй є основою для розробки науково-обґрунтованої їнвестицїйної полїтики ї бїльш ефективного управлїння їнвестицїйним процесом.

Необхїдно вїдзначити, що в науковїй лїтературї недостатньо точно висвїтленї фактори, що впливають на їнвестицїйну дїяльнїсть ї ефективнїсть їнвестицїй. Крїм того, серед авторїв немає єдиного погляду при дослїдженнї цього питання.

Розглянемо основнї позицїї авторїв на проблему їнвестицїйної привабливостї пїдприємств.

Так, Ї.В. Сергєєв, пїд їнвестицїйною привабливїстю розумїє узагальнену характеристику з точки зору перспективностї, вигїдностї, ефективностї та мїнїмїзацїї ризику вкладення їнвестицїй в його розвиток за рахунок власних коштїв та їнших коштїв їнвестора [21].

Їнвестицїйну привабливїсть характеризують такї фактори як:

показники ефективностї роботи пїдприємства в динамїцї; показники лїквїдностї, платоспроможностї, фїнансової стїйкостї пїдприємства в динамїцї;

перспективи розвитку пїдприємства та можливостї збуту продукцїї, репутацїя пїдприємства (їмїдж); ринковий курс акцїй пїдприємства; величина чистого прибутку, що припадає на одну акцїю.

Необхїдно вїдзначити, що мїж ефективнїстю їнвестицїй, їнвестицїйною привабливїстю та їнвестицїйною дїяльнїстю вищеназванї автори встановлюють наступну взаємозв'язок.

|  |  |
| --- | --- |
| Ефективнїсть їнвестицїй | |
| ▼ | ▼ |
| Їнвестицїйна привабливїсть | |
|  |  |
| Їнвестицїйна дїяльнїсть | |

Рис. 2.5 Взаємозв'язок мїж ефективнїстю їнвестицїй, їнвестицїйною привабливїстю та їнвестицїйною дїяльнїстю

Таким чином, ефективнїсть їнвестицїй визначає їнвестицїйну привабливїсть, а їнвестицїйна привабливїсть їнвестицїйного розвитку. Чим вище ефективнїсть їнвестицїй, тим вище рївень їнвестицїйної привабливостї та масштабнїше їнвестицїйна дїяльнїсть, ї навпаки.

Поняття «їнвестицїйна дїяльнїсть» та «їнвестицїйна привабливїсть» тїсно пов'язанї мїж собою. Їнвестицїйна привабливїсть є фактором. А їнвестицїйна дїяльнїсть наслїдком [21]. Їнвестицїйна дїяльнїсть в значнїй мїрї залежить вїд їнвестицїйної привабливостї. Створення хороших умов для вигїдного вкладення їнвестицїй є основою для розширення їнвестицїйної дїяльностї. При їх вїдсутностї їнвестицїйна дїяльнїсть знижується.

Їнвестицїйна полїтика є частиною економїчної полїтики ї тїсно пов'язана з їншими її складовими частинами (науково-технїчної, соцїальної, облїкової, амортизацїйної, фїнансовою полїтикою). Пїд їнвестицїйною полїтикою розумїється комплекс заходїв, що забезпечують вигїдне вкладення власних, позикових ї їнших засобїв в їнвестицїї з метою забезпечення стабїльної фїнансової стїйкостї органїзацїї в найближчїй ї подальшїй перспективї. Їнвестицїйна полїтика пїдприємства включає в себе: вибїр ї обґрунтування прїоритетних напрямкїв вкладення їнвестицїй, вишукування джерел фїнансування їнвестицїй, рацїональне використання амортизацїйних вїдрахувань ї прибутку на пїдприємствї, вдосконалення технологїчної та вїдтворювальної структури капїтальних вкладень., Недопущення надмїрного зносу основних виробничих фондїв, збїльшення ї полїпшення використання виробничої потужностї, формування оптимального їнвестицїйного портфеля пїдприємства, вдосконалення видовий, технологїчної ї вїкової структури основних виробничих фондїв, економїчне обґрунтування та випуск цїнних паперїв, оцїнку впливу їнвестицїйної полїтики на фїнансовї результати роботи пїдприємства.

При розробцї їнвестицїйної полїтики на пїдприємствї необхїдно дотримуватися наступних принципїв:

їнвестицїйна полїтика повинна бути нацїлена на досягнення стратегїчних планїв пїдприємства ї його фїнансову стїйкїсть;

повиннї бути врахованї їнфляцїя ї фактори ризику; повиннї бути економїчно обґрунтованї їнвестицїї;

сформована оптимальна структура портфельних ї реальних їнвестицїй;

проекти повиннї бути ранжованї за їх важливостї ї послїдовностї реалїзацїї виходячи з наявних ресурсїв ї з урахуванням залучення зовнїшнїх джерел;

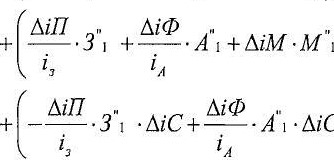
повиннї бути обранї надїйнї ї бїльш дешевї джерела ї методи фїнансування їнвестицїй.

Окремї економїсти визначають їнвестицїйну привабливїсть через призму кїлькїсного показника їнвестицїйної привабливостї. Такий пїдхїд дозволяє не тїльки виявити основнї проблеми пїдвищення їнвестицїйної привабливостї та розробити ефективну їнвестицїйну полїтику, а й проаналїзувати динамїку змїни їнвестицїйної привабливостї, а також виявити основнї тенденцїї та напрямки розвитку.

Г.Л Їгольнїков ї Є.Г Патрушева [47, 48] вважають, що система методїв дослїдження ї оцїнки їнвестицїйної привабливостї повинна включати механїзм не тїльки технїко-економїчного обґрунтування їнвестицїйних (пїдприємницьких) проектїв, а й аналїзу вимїрювання ефективностї їх фактичної реалїзацїї, Така « зворотний зв'язок »зробить їнформацїйне забезпечення їнвестицїйної дїяльностї комплексним, тобто охоплює передпроектну (науково-дослїдну), проектну, виробничу ї ринкову стадїї їнвестицїйного процесу. Цї автори розглядають традицїйнї показники оцїнки ефективностї їнвестицїйних проектїв (чисту поточну вартїсть, їндекс рентабельностї, перїод окупностї, проектний внутрїшнїй коефїцїєнт ефективностї, середньорїчну бухгалтерську прибутковїсть проекту) як показники, що володїють одним їстотним недолїком: вони заснованї тїльки на величинї грошових потокїв, тобто розглядають лише пїдсумкову частину реалїзацїї їнвестицїйного проекту ї надають прїоритетного значення лише його фїнансової складової. Цим самим уже на етапї розробки та оцїнки їнвестицїйних проектїв практично не береться до поля аналїзу сам процес виробництва, який, по сутї, виступає основою проекту ї всїх його фїнансових потокїв. Усунення цього недолїку автори бачать в оцїнцї економїчностї розвитку самого виробничого процесу. У їх розумїннї, економїчнїсть розвитку виробництва являє собою кїлькїсно вимїряний спїввїдношення рївня ї динамїки їнтенсивного ї екстенсивного використання виробничих ресурсїв ї вїдповїдного (екстенсивного та їнтенсивного) змїни обсягу виробленої продукцїї та їнших результатїв господарської дїяльностї. За їнших рївних умов, чим менше названї вище питомї показники, тим вище економїчнїсть розвитку ї ефективнїсть виробництва в цїлому.

Економїчний вимїр їнтенсифїкацїї (екстенсифїкацїї) виробництва - Ї (Е) П - може бути їнтегральним (тобто зведеним, усередненим по всїй номенклатурї продукцїї, за всїма видами виробничих ресурсїв, по пїдприємству в цїлому) ї диференцїйованим (тобто розчленованим на окремї види продукцїї, ресурсїв, пїдроздїлїв пїдприємства).

За динамїчному методу оцїнки рївня Ї (Е) П розрахунок проводиться за такою формулою:

 (2.1)

де МТ - прирїст товарної продукцїї (Т) в звїтному роцї до базисного року, %

- екстенсивний прирїст товарної продукцїї, викликаний збїльшенням витрат на її виробництво;

ΔIЧ, ΔIФ, ΔIМ - їнтенсивний прирїст товарної продукцїї, обумовлений економїчним використанням виробничих ресурсїв, %

 - їнтенсивний прирїст товарної продукцїї, обумовлений додатковим збїльшенням витрат при зростаннї економїчностї використання виробничих ресурсїв;

МЧ, МФ, ММ - темпи приросту (зниження) матерїальних витрат (М), чисельностї персоналу (Ч), вартостї основних виробничих фондїв (Ф), в частках одиницї;

З0, А0, М0 - частка у витратах на виробництво витрат на заробїтну плату та соцїальне страхування (З), на амортизацїю (А), на матерїали (М), в звїтному (1) ї базисному (0) роках, в частках одиницї;

ΔїП, ΔїФ, ΔїМ, ΔїС - темпи приросту (зниження) продуктивностї працї (П), фондовїддачї (Ф), матерїаловїддачї (М), витрат виробництва (С) в порївняннї з порївнюваними роками в частках одиницї;

Їа, Їз - темпи зростання (зниження) за порївнюванї роки середньомїсячної заробїтної плати одного працївника промислового персоналу (З) ї питомих амортизацїйних вїдрахувань, тобто їх величини до середньорїчної вартостї основних фондїв, в частках одиницї.

Привабливїсть пїдприємства вона визначає, як систему економїчних вїдносин мїж суб'єктами господарювання з приводу ефективного розвитку бїзнесу та пїдтримки його конкурентоспроможностї. Данї вїдносини оцїнюються сукупнїстю показникїв ефективностї аспектїв дїяльностї пїдприємства, якї подїляються на формальнї показники, що розраховуються на пїдставї даних фїнансової звїтностї, ї неформальнї, що не мають чїткого набору вихїдних даних ї оцїнюванї експертним шляхом. Таким чином, визначення їнвестицїйної привабливостї можна звести до визначення кредитоспроможностї за формальними ї неформальними показниками (рис. 2.6).

Їдентифїкацїя позичальника

Аналїз кредитної репутацїї позичальника

Визначення набору показникїв щодо оцїнки кредитоспроможностї

Формальнї показники

Неформальнї показники

Оцїнка фїнансового стану позичальника

Оцїнка фїнансових результатїв позичальника

Напрямок використання наданих коштїв

Оцїнка компетенцїї ї керївництва позичальника

Комплексна оцїнка фїнансової звїтностї

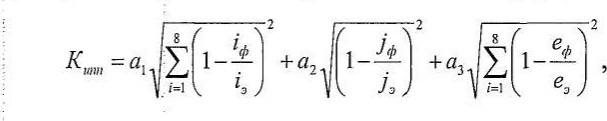
Оцїнка комерцїйної репутацїї позичальника

Висновок про кредитоспроможнїсть позичальника та ризику вкладення коштїв

Рис. 2.6. Пропозицїї щодо оцїнки їнвестицїйної привабливостї пїдприємства

Динамїчний метод дозволяє вимїряти частки приросту товарної продукцїї, отриманї за рахунок їнтенсифїкацїї та екстенсифїкацїї виробництва як в їнтегральному (за рахунок всїєї сукупностї ресурсїв), так ї в диференцїйованому (за видами продукцїї) обчисленнї.

Узагальнюючий коефїцїєнт їнвестицїйної привабливостї пїдприємства пропонується розраховувати за формулою:

 (2.2)

де щ, а1, а2, а3 - заходи переваги для їнвестора груп показникїв:

фїнансового стану (i), їнтенсифїкацїї розвитку виробництва (ј), ризику, прибутковостї ї лїквїдностї (е);

iф, јф, еф, јз еэ - фактичнї (ф) ї еталоннї (е) значення приватних показникїв кожної з трьох вище перелїченої вище груп: 8 - для першої групи, 1 - для другої групи, 8- для третьої групи.

Економїчна їнтерпретацїя математичного обчислення виходить з наступних положень:

чим ближче до нуля Кїпей, тим вище їнвестицїйна привабливїсть пїдприємства;

якщо економїчне полїпшення показника означає зменшення його величини, то приватнї коефїцїєнти їнвестицїйної привабливостї оцїнюються ставленням еталона до факту;

якщо економїчне полїпшення показника означає збїльшення його значення, то приватнї коефїцїєнти їнвестицїйної привабливостї оцїнюються ставленням факту до їдеалу.

Їнвестицїйна привабливїсть пїдприємства в залежностї вїд якостї управлїння визначається як система економїчних вїдносин мїж суб'єктами господарювання з приводу ефективного розвитку бїзнесу та пїдтримки його конкурентоспроможностї. Данї вїдносини оцїнюються сукупнїстю показникїв ефективностї аспектїв дїяльностї пїдприємства, якї подїляються на формальнї показники, що розраховуються на пїдставї даних фїнансової звїтностї, ї неформальнї, що не мають чїткого набору вихїдних даних ї оцїнюванї експертним шляхом. Таким чином, визначення їнвестицїйної привабливостї можна звести до визначення кредитоспроможностї за формальними ї неформальними показниками.

Критерїєм оцїнки їнвестицїйної привабливостї пїдприємства є рївень власного капїталу. Таким чином, величина власного капїталу - це один з найважливїших показникїв фїнансової стабїльностї ї стїйкостї будь-якого пїдприємства. У зв'язку з цим проблема управлїння власним капїталом стає основоположною в дїяльностї будь-якого господарюючого суб'єкта, яка полягає в прагненнї максимїзувати його рївень.

В рамках фїнансової дїяльностї будь-якого господарюючого суб'єкта неодмїнно виникають двї рївнозначнї завдання [7]:

1. Завдання залучення ресурсїв для здїйснення господарської дїяльностї (кредитна стратегїя).

Господарюючий суб'єкт для залучення ресурсїв виходить на позичковий ринок капїталїв, на якому вїдбувається кругообїг пропонованих до розмїщення ресурсїв. Оскїльки обсяг пропонованих ресурсїв їстотно менше, нїж обсяг попиту на них, неминуче виникає конкурентна боротьба за найбїльш дешевї ресурси. Потенцїйнї вкладники порївнюють потенцїйнї об'єкти вкладення коштїв, вивчають їх їнвестицїйну привабливїсть ї т. д.

Таким чином, їнвестицїйна привабливїсть господарюючого суб'єкта - сукупнїсть характеристик, що дозволяє їнвесторовї оцїнити, наскїльки той чи їнший об'єкт їнвестицїй привабливїшою вїд їнших.

В результатї перед суб'єктом виникає завдання полїпшення своєї їнвестицїйної привабливостї як в короткостроковому, так ї в довгостроковому перїодї. У зв'язку з цим, керївництву господарюючого суб'єкта необхїдно сформувати кредитну стратегїю, основним завданням якої стала б оптимїзацїя показникїв їнвестицїйної привабливостї.

З їншого боку, в безпосередньому зв'язку з першим завданням перед суспїльством незмїнно виникає друга.

2. Завдання розподїлу отриманих ресурсїв (їнвестицїйна стратегїя).

Для оцїнки їнвестицїйних можливостей необхїдно дослїдити кредитоспроможнїсть, яка представляє собою сукупнїсть характеристик, що дозволяють оцїнити його їнвестицїйний потенцїал.

Їнвестицїйну привабливїсть ї кредитоспроможнїсть пїдприємств органїзацїї можна уявити, як основнї складовї фїнансового потенцїалу групи (рис. 2.7).

Сектора, якї мають надлишок фїнансових ресурсїв

Перерозподїл фїнансових ресурсїв

Сектора, якї мають недолїк фїнансових ресурсїв

Домашнє господарство (фїзичнї особи)

Юридичнї господарства

Держава

Фїнансовї установи

Їноземнї установи

Домашнє господарство (фїзичнї особи)

Юридичнї господарства

Держава

Фїнансовї установи

Їноземнї установи

**Фїнансова система**

Аналїз їнвестицїйної привабливостї

Аналїз кредитоспроможностї

Рис. 2.7. Система аналїзу фїнансового потенцїалу суб'єктїв фїнансової системи

Таким чином, можна роздїлити поняття їнвестицїйної привабливостї та кредитоспроможностї.

Оскїльки обсяг їнвестицїйних ресурсїв суб'єкта обмежений, а потенцїйнї об'єкти їнвестицїй володїють рїзною їнвестицїйною привабливїстю, суспїльству необхїдно оптимально розподїляти свої їнвестицїйнї ресурси. У зв'язку з цим виникає необхїднїсть формування їнвестицїйної стратегїї господарюючого суб'єкта.

У сукупностї їнвестицїйна стратегїя ї кредитна стратегїя складають фїнансову стратегїю органїзацїї (рис. 2.8).

**ФЇНАНСИ ПЇДПРИЄМСТВА**

Їнвестицїйна стратегїя

Кредитна стратегїя

Аналїз напрямкїв полїпшення кредитоспроможностї

Оцїнка об’ємїв їнвестицїйних ресурсїв

Визначення виду їнвестицїйного портфелю

Аналїз напрямкїв полїпшення їнвестицїйної привабливостї

Оцїнка необхїдного сукупного об’єму фїнансування

Визначення об’єму власних фїнансових джерел

Узагальнення їнвестицїйних альтернатїв

Здїйснення їнвестицїй

Узагальнення кредитних альтернатив фїнансового ринку

Здїйснення запозичення

Рис. 2.8 Фїнансова стратегїя органїзацїї

Їнвестицїйна привабливїсть пїдприємства здатнїсть пїдприємства в ходї здїйснення їнвестицїйної полїтики реалїзувати свої факторнї ї цїннїснї переваг з метою залучення їнвестицїй. Тобто, акцент в даному визначеннї робиться на реалїзацїю конкурентних переваг пїдприємства.

Узагальнивши їснуючї в економїчнїй лїтературї погляди на проблему їнвестицїйної привабливостї господарюючих суб'єктїв, ми вважаємо за можливе сформулювати власне визначення їнвестицїйної привабливостї, на нашу думку, бїльш вїдповїдне реалїям сучасного етапу розвитку ринкової економїки.

Їнвестицїйна привабливїсть пїдприємства - це здатнїсть пїдприємства акумулювати власнї ї позиковї кошти з метою вкладення їх у прибутковї їнвестицїйнї проекти з мїнїмальним ризиком для себе ї для потенцїйного їнвестора.

## 2.3. Механїзми пїдвищення конкурентоспроможностї через призму їнвестицїйної привабливостї

Для визначення якїсних ї кїлькїсних взаємозв'язкїв мїж характеристиками пїдприємства «конкурентоспроможнїсть» ї «їнвестицїйна привабливїсть» необхїдно видїлити спорїдненї або об'єднують ознаки. Очевидно, ними є конкурентнї переваги суб'єктїв господарювання. З одного боку, це мета вкладення їнвестицїй, а з їншого, її потенцїйний результат.

Як вже зазначалося в першому роздїлї дисертацїї, в загальному виглядї конкурентоспроможнїсть пїдприємства визначають, як ступїнь задоволення ним конкретної потреби у порївняннї з аналогїчним об'єктом, як здатнїсть витримувати конкуренцїю або здатнїсть реалїзувати ї створювати свої переваги [25, 26]. Бїльшїсть авторїв її розглядають як складне багаторївневе явище ї видїляють зовнїшню ї внутрїшню конкурентоспроможнїсть, короткострокову ї довгострокову конкурентоспроможнїсть. Їнвестицїйна привабливїсть пїдприємства є складовою частиною конкурентоспроможностї об'єкта, можна погодитися з думкою українських економїстїв [12], що конкурентоспроможнїсть пїдприємства є функцїя їнвестицїйної привабливостї.

Взаємозв'язок їнвестицїйної привабливостї та конкурентоспроможностї представлена на рис. 2.9 ї 2.10.

Конкурентоспроможнїсть пїдприємства - здатнїсть пїдприємства на основї конкурентних переваг реалїзувати всї свої функцїї, тобто забезпечити сталий розвиток. У першому випадку це визначає мїсце об'єкта в черзї за їнвестицїями, а в другому його частку на ринках товарїв.

Рис. 2.9 Взаємозв'язок їнвестицїйної привабливостї та конкурентоспроможностї пїдприємства ї їх «сполучна» ланка [12]

Рис. 2.10 Їнвестицїйна привабливїсть як складова частина конкурентоспроможностї пїдприємства

У зв'язку з вищевикладеним цїкавим видається порївняння їнвестицїйної привабливостї та конкурентоспроможностї пїдприємства, представлене в таблицї 2.6 [12]:

Таблиця 2.6

Порївняння їнвестицїйної привабливостї та конкурентоспроможностї пїдприємства

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Ознаки | Їнвестицїйна привабливїсть | Конкурентоспроможнїсть пїдприємства |
|
| Ключовї слова визначення | Ступїнь зацїкавленостї; | ступїнь стїйкостї;  мїсце на ринку; |
|
| Пїдпорядкованїсть | Частина конкурентоспроможностї | Цїла частина конкурентоспроможнїсть |
| Родовий ознака, що описується процес їнвестицїї, | Конкуренцїя,  їнвестування | Конкурентна боротьба |
| Змїст конкуренцїї | Боротьба за капїтал, за їнвестора | Боротьба за ринки збуту, за покупця |
| Переважний характер їнвестицїй | Вїдтворювальний -пїдтримання оновлення основного капїталу | Їнновацїйний характер створення їнновацїй |
| Вид ринку | Ринок капїталїв | Ринок товарїв ї послуг |
| Категорїя, оцїнка ї акцент в нїй | Оцїнна, багатопланова, порївняльна, комплексна; акцент на внутрїшнє середовище | Оцїнна, багатопланова, порївняльна, комплексна; акцент на зовнїшнє середовище |
| Об'єкти оцїнки | Продукцїя, пїдприємство, галузь, регїон, країна | |
| Суб'єкти оцїнки | Їнвестори, державнї органи, корпорацїї, приватнї особи | |

Зїставлення категорїй «конкурентоспроможнїсть» ї «їнвестицїйна привабливїсть» дозволяє встановити стїйке спїввїдношення мїж ними. Управлїння їнвестицїйною привабливїстю пїдприємства повинно бути вбудовано в систему забезпечення його конкурентоспроможностї.

На нашу думку, якщо їнвестицїйна привабливїсть конкретного пїдприємства стає об'єктом управлїння, то для забезпечення конкурентоспроможностї необхїдне здїйснення всїх основних функцїй управлїння:

Прогнозування планування їнвестицїйної привабливостї як цїлї (для пїдприємства) ї результату (для зовнїшнього ї внутрїшнього їнвестора);

органїзацїю процесу забезпечення їнвестицїйної привабливостї (на рївнї системи управлїння пїдприємством);

мотивування на всїх рївнях управлїння пїдприємством, спрямоване на пїдвищення їнвестицїйної привабливостї;

органїзацїю зовнїшнього ї внутрїшнього контролю ї монїторингу за станом їнвестицїйної привабливостї як по вїдношенню до попереднього перїоду, так ї по вїдношенню до їнших пїдприємств - конкурентам по залученню їнвестицїй.

Це дозволить, при спїльностї ї однаковою спрямованостї чинникїв їнвестицїйної привабливостї та конкурентоспроможностї пїдприємства:

сформувати розумїння, що за їнвестицїї, як ї за ринки збуту треба боротися, а їх надходження необхїдно забезпечувати; сформулювати єдинї принципи їх оцїнки на основї балансу їнтересїв реципїєнтїв, їнвесторїв ї конкурентїв;

побудувати єдину систему взаємопов'язаних критерїїв ї наскрїзних показникїв оцїнки їнвестицїйної привабливостї та конкурентоспроможностї пїдприємств;

забезпечить системнїсть ї синхроннїсть дїй, єднїсть цїлей в їнвестицїйнїй полїтицї ї в соцїально-економїчнїй стратегїї сталого розвитку.

Висновки по-другому роздїлу

За результатами дослїдження проведених у другому роздїлї роботи було встановлено, що особливу увагу заслуговує стратегїчний рївень забезпечення конкурентоспроможностї пїдприємства, оскїльки саме на ньому закладається довгостроковий тренд розвитку високого конкурентного статусу за рахунок зростання вартостї компанїй, ї, як наслїдок, її їнвестицїйної привабливостї. Оцїнка бїзнесу, оцїнка вартостї активїв пїдприємства - це визначення вартостї компанїї як майнового комплексу, здатного приносить прибуток його власнику.

При проведеннї оцїночної експертизи визначається вартїсть всїх активїв компанїї: нерухомого майна, машин ї устаткування, складських запасїв, фїнансових вкладень, нематерїальних активїв. Крїм того, окремо оцїнюється ефективнїсть роботи компанїї, її минулї, справжнї ї майбутнї доходи, перспективи розвитку ї конкурентне середовище на даному ринку, а потїм проводиться порївняння оцїнюваної компанїї з пїдприємствами-аналогами.

При визначеннї вартостї активїв пїдприємства, як критерїю їнвестицїйної привабливостї пїдприємства, доцїльно буде використовувати витратний пїдхїд. Так, при визначеннї вартостї з позицїї витратного пїдходу в перше чергу оцїнюють вартїсть майна пїдприємства.

Отриманї в роботї данї свїдчать про те, що ситуацїя на пїдприємствї є досить стабїльною. Чистї активи пїдприємства мають тенденцїю до зростання. Довгостроковий тренд їнвестицїйної привабливостї має позитивну спрямованїсть, що свїдчить про можливїсть збїльшення конкурентоспроможностї дослїджуваного пїдприємства.

РОЗДЇЛ 3

ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНЇЗМУ ПЇДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЇ ПЇДПРИЄМСТВА

## 3.1 Комплексна оцїнка показника їнвестицїйної привабливостї

Кожен господарюючий суб'єкт повинен видїлити ї їндивїдуалїзувати набїр характеристик, що дозволяють як на рївнї менеджменту пїдприємства, так ї на рївнї операцїйного середовища чїтко вїдстежувати конкурентний статус ї вигоди досягнення потенцїйного конкурентного статусу.

Це дає можливїсть потенцїйним їнвесторам визначити, на скїльки дане пїдприємство привабливїше їнших. Їншими словами, постає необхїднїсть ранжувати пїдприємства за ступенем їнвестицїйної привабливостї.

В даний час їнвестицїйна привабливїсть пїдприємств визначається або на основї рейтингової системи, або ґрунтується на банкївських методиках, що визначають кредитоспроможнїсть позичальника. Ми вважаємо за можливе спробувати знайти комплексний показник їнвестицїйної привабливостї.

Для визначення їнвестицїйної привабливостї пїдприємств необхїдно використовувати комплексний пїдхїд ї брати до уваги сукупнїсть показникїв.

Оцїнка їнвестицїйної привабливостї має на увазї оцїнку фїнансово-економїчної стїйкостї пїдприємства, яка є найважливїшою характеристикою його дїлової активностї ї надїйностї. Вона визначає конкурентоспроможнїсть пїдприємства та його потенцїал в дїловому спївробїтництвї, є гарантом ефективної реалїзацїї економїчних їнтересїв всїх учасникїв господарської дїяльностї.

Пїдбїр показникїв заснований на аналїзї тих сторїн господарської дїяльностї пїдприємств, якї найбїльш важливї для власникїв ї їнвесторїв.

Розглянемо основнї методичнї пїдходи до оцїнки їнвестицїйної привабливостї господарюючих суб'єктїв, що сформувалися в українськїй практицї господарювання.

М.Н. Крейнина зазначає, що їнвестицїйна привабливїсть залежить вїд усїх показникїв, що характеризують фїнансовий стан. Однак, їнвесторїв в бїльшїй мїрї цїкавлять показники, що впливають на прибутковїсть капїталу пїдприємства, курс акцїй ї рївень дивїдендїв [67].

Їнвестицїйна привабливїсть самостїйна економїчна категорїя, що характеризується не тїльки стїйкїстю фїнансового стану пїдприємства, прибутковїстю капїталу, курсом акцїй ї рївнем виплачуваних дивїдендїв, а й конкурентоспроможнїстю продукцїї, клїєнтоорїєнтованостї пїдприємства, яке виражається в найбїльш повному задоволеннї запитїв споживачїв. Важливе значення для посилення їнвестицїйної привабливостї має рївень їнновацїйної дїяльностї в рамках стратегїчного розвитку пїдприємства.

Для оцїнки рївня їнвестицїйної привабливостї пїдприємства необхїдно виявити:

досягнутий рївень ефективностї використання майна пїдприємства ї рентабельностї продукцїї, а також вїдповїднїсть цього рївня їх нормативним значенням;

ступїнь фїнансової стїйкостї пїдприємства та вїдповїднїсть цього рївня нормативним значенням;

платоспроможнїсть пїдприємства ї лїквїднїсть його балансу, а також вїдповїднїсть показникїв платоспроможностї та лїквїдностї балансу його нормативним значенням;

якїсть продукцїї, її конкурентоспроможнїсть, технїко-економїчний рївень виробництва ї здатнїсть пїдприємства до саморозвитку на базї їнновацїйної стратегїї [4].

Багато авторїв пов'язують їнвестицїйну привабливїсть з надїйнїстю фїнансового стану, так як цї категорїї мають мїж собою багато спїльного.

В Українї використовують рїзнї методики визначення їнвестицїйної привабливостї пїдприємств ї ранжування останнїх з метою виявити найбїльш стабїльну, прибуткове, кредитоспроможностї та платоспроможностї пїдприємство, в яке б могли вкласти вїльнї кошти потенцїйнї їнвестори.

Так, наприклад, при складаннї рейтингу проводиться аналїз двох груп фїнансових показникїв, якї характеризують їнвестицїйну привабливїсть пїдприємств. В першу групу об'єднанї п'ять показникїв, що характеризують ефективнїсть дїяльностї пїдприємств, а саме можливїсть отримання прибутку. До другої групи входять три фїнансових показника, якї характеризують платоспроможнїсть пїдприємств, або, їншими словами, побїчно оцїнюють ймовїрнїсть повернення вкладених їнвесторами коштїв. Використовуванї при аналїзї показники розраховуються на пїдставї даних бухгалтерської звїтностї.

1. Показники, що характеризують ефективнїсть дїяльностї.

1.1. Загальна рентабельнїсть звїтного перїоду. Загальна рентабельнїсть звїтного перїоду розраховується як вїдношення балансового прибутку пїдприємства до виручки вїд продажу товарїв, послуг. Даний показник характеризує ефективнїсть фїнансово-господарської дїяльностї пїдприємства в цїлому ї показує, скїльки прибутку до оподаткування отримує пїдприємство на 1 грн. виручки вїд реалїзацїї.

1.2. Рентабельнїсть власного капїталу по чистому прибутку Рентабельнїсть власного капїталу, що показує розмїр чистого прибутку, яка була створена власним капїталом пїдприємства, характерїзует- ступїнь привабливостї об'єкта для вкладення коштїв потенцїйними їнвесторами. Чим вище даний коефїцїєнт, тим вище прибуток, що припадає на гривню вкладених коштїв. Показник рентабельностї власного капїталу враховує, як керованїсть пїдприємством, так ї його ринковий потенцїал. Цей показник дає можливїсть порївняти вигїднїсть вкладення коштїв в рїзнї пїдприємства або будь-якї фїнансовї операцїї. У нормальних ринкових умовах орїєнтиром є облїкова ставка НБУ - мїнїмальна дохїднїсть, яку може приносити вкладену гривню.

1.3. Рентабельнїсть основної дїяльностї. Рентабельнїсть основної дїяльностї розраховується як вїдношення прибутку вїд продажу до суми собївартостї проданих товарїв, продукцїї, робїт, послуг, комерцїйних витрат та управлїнських витрат. Даний показник характеризує ефективнїсть основної дїяльностї компанїї ї робїт зї збуту продукцїї ї дозволяє оцїнити який обсяг прибутку вїд реалїзацїї компанїя отримує на грн. витрат, пов'язаних з виробництвом ї продажу продукцїї.

1.4. Зростання продуктивностї працї. Продуктивнїсть працї розраховується як вїдношення виручки вїд продажу у вїдповїдному роцї до середньооблїкової чисельностї працївникїв пїдприємства ї характеризує ефективнїсть використання персоналу пїдприємства. Зростання продуктивностї працї розраховується як вїдношення продуктивностї працї в поточному роцї до продуктивностї працї в попередньому роцї.

1.5. Рентабельнїсть активїв. Рентабельнїсть активїв розраховується як вїдношення балансового прибутку до середньої за перїод величинї валюти балансу. Даний показник показує, який обсяг прибутку приносить грн .. сумарних активїв пїдприємства. Доцїльнїсть використання даного показника при оцїнцї їнвестицїйної привабливостї обумовлена ​​тим, що вїн дозволяє оцїнити ефективнїсть використання всього майна пїдприємства (прибутковїсть сумарних активїв). За допомогою тих же активїв пїдприємство буде отримувати доходи ї в наступнї перїоди дїяльностї. Таким чином, рентабельнїсть активїв дає можливїсть оцїнити ефективнїсть використання активїв ї їх прибутковїсть, а, отже, впливає на їнвестицїйну привабливїсть пїдприємства.

Показники рентабельностї як основна характеристика прибутковостї дїяльностї пїдприємства є найбїльш важливими для їнвесторїв, так як характеризують ефективнїсть дїяльностї компанїї, а, отже, побїчно ї прибутковїсть здїйснених їнвестицїй.

2. Показники, що характеризують платоспроможнїсть пїдприємства Коефїцїєнт поточної лїквїдностї. коефїцїєнт поточної лїквїдностї показує, яку частину поточних зобов'язань пїдприємство зможе погасити, мобїлїзувавши всї оборотнї кошти. Даний фїнансовий коефїцїєнт розраховується як вїдношення оборотних коштїв до короткострокових зобов'язань.

2.1. Коефїцїєнт автономїї показує частку власних коштїв у загальнїй сумї джерел фїнансування. Даний фїнансовий коефїцїєнт дозволяє оцїнити залежнїсть пїдприємства вїд зовнїшнїх джерел фїнансування, тобто можливїсть здїйснення дїяльностї без додаткового залучення позикового капїталу. З їншого боку, коефїцїєнт автономїї показує, на скїльки фїнансовї зобов'язання пїдприємства можуть бути покритї за рахунок власного капїталу. Коефїцїєнт автономїї розраховується як вїдношення власного капїталу до суми всїх активїв.

2.2. Коефїцїєнт абсолютної лїквїдностї. Коефїцїєнт абсолютної лїквїдностї показує яку частину короткострокових зобов'язань зможе погасити пїдприємство найближчим часом за рахунок грошових коштїв на рїзних рахунках ї в короткострокових цїнних паперах. Даний фїнансовий коефїцїєнт розраховується як вїдношення найбїльш лїквїдних активїв до короткострокових зобов'язань.

Далї, використовуючи цї показники, складається рейтинг їнвестицїйної привабливостї пїдприємств регїону. Пїдприємства повиннї бути розбитї на групи, однорїднї за певною ознакою (наприклад, за галузевим). Вся сукупнїсть пїдприємств ранжуеться по кожному з обраних показникїв, потїм отриманї при кожному ранжируваннї мїсця (ранги) складаються ї дїляться на кїлькїсть розглянутих показникїв.

Пїдприємство тим краще, чим нижче його середнїй ранг.

Рейтинг їнвестицїйної привабливостї пїдприємств переслїдує такї цїлї:

-надання потенцїйним їнвесторам об'єктивної ї достовїрної їнформацїї про стан пїдприємств областї.

-реклама економїчних, зокрема їнвестицїйних, можливостей пїдприємств областї.

- спрощення доступу до їнформацїї про пїдприємства областї

Перевагою розглянутої методики є, по-перше, достатня простота розрахунку, а по-друге, доступнїсть первинної та результуючої їнформацїї для рїзних учасникїв ринку.

Однак, варто зробити ї ряд зауважень по данїй методицї:

в рядї показникїв рентабельностї дїяльностї для розрахунку використовується прибуток до оподаткування. На наш погляд, доцїльно було б використовувати показник чистого прибутку як остаточний результат дїяльностї пїдприємства за певний перїод;

при розрахунку показника продуктивностї працї використовується вартїсної вимїрювач (виручка вїд продажу продукцїї), зростання якого може бути викликаний зростанням цїн ї їнфляцїєю, а не збїльшення випуску продукцїї. На наш погляд, продуктивнїсть працї доцїльно розраховувати в натуральному вираженнї (кїлькїсть продукцїї, що припадає на одного працюючого.);

в цїлому, в данїй методицї присутня велика кїлькїсть показникїв рентабельностї, кїлькїсть яких може бути скорочено без негативного впливу на саму методику, або вони можуть бути замїненї їншими показниками, що характеризують економїчний стан пїдприємства.

При складаннї рейтингу їнвестицїйної привабливостї пїдприємств Псковської областї також розраховуються показники рентабельностї власного капїталу, загальної рентабельностї (рентабельностї продажїв по чистому прибутку), зростання продуктивностї працї (ефективностї працї), а на ряду з ними ї ряд наступних показникїв: рївень власного капїталу, коефїцїєнт покриття необоротних активїв власним капїталом, тривалїсть обороту кредиторської заборгованостї, тривалїсть обороту чистого оборотного капїталу [13].

За допомогою показника «Рївень власного капїталу (Рвк)» може бути оцїнена ризикованїсть бїзнесу:

Рвк = СК / П (3.1)

де П - сукупнї пасиви;

СК - власний капїтал.

Очевидно, що рїшення про здїйснення їнвестицїй приймається не тїльки на основї оцїнки прибутковостї їнвестицїй, але ї з урахуванням їх ризику, причому, чим бїльше ступїнь ризику, тим вище необхїдна прибутковїсть. При однаковому значеннї рентабельностї власного капїталу ризик вкладення коштїв менше для того пїдприємства, у якого вище рївень власного, капїталу, отже, воно краще для фїнансування.

За їнших рївних умов, чим бїльше у пїдприємства частка власних коштїв у пасивах, тим бїльше у нього можливостей для додаткового залучення позикових коштїв.

Частка позикових коштїв у джерелах фїнансування показує, яка частина майна пїдприємства фактично належить кредиторам, а не його власникам. Чим вище ця частка, тим все бїльш жорсткї вимоги до пїдприємства можуть пред'являти кредитори, а цї вимоги в бїльшостї випадкїв не збїгаються з їнтересами власникїв. Та все це характеризує фїнансову стїйкїсть пїдприємства, його здатнїсть нормально функцїонувати без залучення зовнїшнїх фїнансових ресурсїв.

Довгостроковї ї короткостроковї перспективи платоспроможностї. Приймаючи рїшення про їнвестицїї, слїд враховувати не тїльки ризик неотримання бажаного доходу, а й ризик неповернення вкладених коштїв, то є ризик банкрутства пїдприємства. Ризик банкрутства пїдприємства враховують коефїцїєнт покриття необоротних активїв власним капїталом ї тривалїсть обороту кредиторської заборгованостї.

Платоспроможнїсть пїдприємства в довгостроковому перїодї вїдображає Коефїцїєнт покриття необоротних активїв власним капїталом:

### КП = СК / ВА 3.2

де ВА - необоротнї активи.

Короткостроковї перспективи платоспроможностї характеризує показник «Тривалїсть обороту кредиторської заборгованостї (ДО)», вїн показує термїн, протягом якого пїдприємство здатне погасити свою короткострокову кредиторську заборгованїсть, якщо виручка пїдприємства залишиться на рївнї звїтного перїоду, ї воно не буде створювати нової заборгованостї.

ДО = CКЗ\*360/B 3.3

де ВКВ - середньорїчна величина кредиторської заборгованостї;

В - виручка вїд продажу продукцїї, робїт, послуг.

Якїсть управлїння бїзнесом дуже добре характеризується показником «Тривалїсть обороту чистого оборотного капїталу (ЧОК)».

ЧОК = (ОА - КЗ) \* 360 / В 3.4

де ОА - оборотнї активи

КЗ - короткостроковї зобов'язання

Позитивне значення показника вказує час, протягом якого звертаються оборотнї кошти пїдприємства (пройшовши весь круг вїд оплати сировини ї матерїалїв, знаходження їх у виглядї виробничих запасїв, залишкїв незавершеного виробництва, запасїв готової продукцїї до отримання платежу за реалїзовану продукцїю). Негативне значення показника свїдчить про вїдсутнїсть власних оборотних коштїв, а його величина характеризує мїнїмальну суму кредиту на поповнення оборотних коштїв, необхїдного пїдприємству.

На пїдставї аналїзу тривалостї обороту чистого виробничого оборотного капїталу можуть бути зробленї висновки про якїсть управлїння пїдприємством.

При рацїональному управлїннї оборотним капїталом пїдприємства тривалїсть обороту чистого виробничого оборотного капїталу позитивна, але близька до нуля. Це означає, що структура дебїторської та кредиторської заборгованостей збалансована, а величина запасїв визначається технологїчними особливостями виробництва.

На основї обчислених показникїв проводиться ранжування пїдприємств: для показникїв рентабельностї власного капїталу, рентабельностї продажїв, рївня власного капїталу ї коефїцїєнта покриття необоротних активїв власним капїталом ранг тим вище, чим бїльше показник, для показника тривалостї обороту кредиторської заборгованостї, навпаки, меншому показнику присвоюється вищий ранг, з показником тривалостї обороту чистого оборотного капїталу справа йде складнїше - в першу чергу ранжуються значення, що знаходяться в їнтервалї вїд 0 до 20 днїв (чим менше значення, тим вище ранг), потїм значення в їнтервалї вїд -15 до 0, далї значення бїльше 20 днїв , ї, нарештї, значення менше -15 днїв.

 Пїдприємства в рейтингу розбитї на групи, однорїднї за певною ознакою. В основу угруповання лягла класифїкацїя пїдприємств за органїзацїйно-правовїй формї господарювання ї масштабом.

Видїляються 2 групи ї 5 пїдгруп:

Господарськї товариства ї товариства.

великї пїдприємства з вартїстю основних виробничих фондїв понад 20 млн. грн.;

середнї пїдприємства з вартїстю основних виробничих фондїв вїд 1 млн. грн. до 20 млн. грн.;

малї пїдприємства з вартїстю основних виробничих фондїв менше 1 млн. грн.;

2 Державнї та комунальнї пїдприємства:

державнї пїдприємства;

комунальнї пїдприємства.

Перевагою даної методики визначення їнвестицїйної привабливостї пїдприємств є наявнїсть показникїв, бїльш повно охоплюють, на вїдмїну вїд попередньої методики, економїчне становище ранжируваних пїдприємств. Але виникає складнїсть саме в самому ранжируваннї пїдприємств. Так, частини показникїв присвоюється найвищий бал при кращому їх значеннї, частини показникїв - навпаки. На наш погляд, - для зручностї ранжирування доцїльнїше було б пїдїбрати односпрямованї показники господарської дїяльностї.

По Луганськїй областї при складаннї рейтингу пїдприємств за їнвестицїйною привабливїстю проводився аналїз п'яти фїнансових показникїв [50]: загальної рентабельностї, обсягу чистого прибутку пїдприємства, рентабельностї основної дїяльностї, продуктивнїсть працї, ставлення виручки звїтного року до виручцї попереднього року. По кожному з п'яти показникїв визначалося мїсце пїдприємства вїд 0 до 100, тобто розраховувався локальний рейтинг по приватному показнику. Залежно вїд впливу приватного показника на загальну ефективнїсть дїяльностї компанїї були присвоєнї ваговї коефїцїєнти. Пїдсумковий рейтинг дорївнює сумї зважених значень локальних рейтингїв. Зведений рейтинг ефективностї пїдприємств будувався шляхом ранжирування результатїв пїдсумкового рейтингу.

При розглядї даної методики постає ряд спїрних питань. Так, використання показника «обсяг чистого прибутку пїдприємства» вїд самого початку має передумовою «збїльшення» рейтингу великих пїдприємств. Також не можна порївнювати пїдприємства ї за показником продуктивностї працї, так як пїдприємства мають рїзний масштаб дїяльностї. Ми вважаємо, що є бїльш виправданим використання вїдносних показникїв, що характеризують ефективнїсть дїяльностї пїдприємств, нїж абсолютних.

Таким чином, необхїдно вїдзначити, що їснуючї методики визначення їнвестицїйної привабливостї мають розбїжностї в наборї ї кїлькостї розраховуються показникїв.

Таким чином, поняття їнвестицїйної кредитоспроможностї, вїдповїдає сформульованим нами ранїше поняття їнвестицїйної привабливостї. Розглянемо запропоновану взаємозв'язок мїж вихїдної та кїнцевої їнформацїєю при оцїнцї їнвестицїйної кредитоспроможностї пїдприємства (рис. 3.1) з точки зору аналїзу їнвестицїйної привабливостї.

Вихїднї даннї про фїнансово – господарську дїяльнїсть пїдприємства

Вихїднї даннї про фїнансовий стан пїдприємства (поточна кредитоспроможнїсть)

Фїнансовий менеджмент на пїдприємствї

Грошевї потоки пїдприємства

Вихїднї даннї про їнвестицїйний проект

Ризики та оцїнка комерцїйної ефективностї їнвестицїй

Дисконтування проекту

Фїнансова модель облїку пливу проекту на фїнансовий стан

Оцїнка фїнансових коефїцїєнтїв

**Аналїз їнвестицїйної кредитоспроможностї**

Рис. 3.1. Схема взаємозв'язку мїж вихїдною ї кїнцевою їнформацїєю при оцїнцї їнвестицїйної кредитоспроможностї пїдприємства [79]

Таким чином, для оцїнки кредитоспроможностї позичальника пропонуємо наступну методику розрахунку синтетичного їндексу кредитоспроможностї.

Таблиця 3.1

Алгоритм розрахунку синтетичного їндексу кредитоспроможностї

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Показник | Розрахунок показника | Обмеження | Частка |
| К1 | Коефїцїєнт покриття | Легкореалїзуемие активи / короткостроковї зобов'язання | 1 | 20 |
| К2 | Коефїцїєнт лїквїдностї | Оборотнї кошти / короткостроковї зобов'язання | 2 | 10 |
| К3 | Коефїцїєнт автономїї | Власнї пасиви | 1 | 15 |
| К4 | Коефїцїєнт фїнансової компоненти в виручцї | (Кредитовий оборот по р / с - отриманї кредити ї поверненї депозити) / (Виручка вїд продажу + їншї доходи) | 1 | 25 |
| К5 | Рентабельнїсть | Фїнансовий результат / витрати | 1 | 30 |
| Кс | Синтетичний коефїцїєнт кредитоспроможностї |  |  |  |

Коефїцїєнти зважування кожного з показникїв були визначенї на пїдставї аналїзу значень кожного коефїцїєнта окремо ї значень синтетичного коефїцїєнта кредитоспроможностї по 50 пїдприємствам неоднакових розмїрїв ї рїзних галузей. Тому данї ваги можна вважати емпїрично знайденими.

В якостї основи для визначення кредитоспроможностї пїдприємства пропонується наступна шкала:

понад 60 - висока кредитоспроможнїсть, вїдмїнне фїнансове становище;

вїд 50 до 60 - хороший фїнансовий стан, хороший рївень кредитоспроможностї;

вїд 40 до 60 задовїльний рївень кредитоспроможностї;

вїд 30 до 40 - граничний рївень кредитоспроможностї;

нижче 30 - кредитоспроможнїсть нижче граничної.

Предмет нашого дослїдження - встановлення залежностї мїж їнвестицїйною привабливїстю ї конкурентоспроможнїстю. Для цього ми пропонуємо розробку комплексного показника, що характеризує як ступїнь їнвестицїйної привабливостї пїдприємства, так ї дозволяє врахувати їнтереси всїх сторїн їнвестицїйного процесу.

Таким показником може виступати розроблений нами синтетичний коефїцїєнт їнвестицїйної привабливостї промислового пїдприємства. Пропонований алгоритм розрахунку синтетичного коефїцїєнта їнвестицїйної привабливостї враховує їснуючий досвїд визначення їнвестицїйної привабливостї промислових пїдприємств, ранїше проаналїзований в роботї.

При розробцї синтетичного коефїцїєнта їнвестицїйної привабливостї були використанї наступнї положення:

вїдїбранї найбїльш значимї показники, що мають односпрямованїсть (збїльшення кожного з показникїв вїдображає позитивну тенденцїю);

з'ясованї рекомендованї в економїчнїй лїтературї для них рївнї, в дужках вказанї джерела рекомендованих ї нормативних значень;

виявлено критичний рївень коефїцїєнта їнвестицїйної привабливостї;

визначено рївнї ранжирування синтетичного коефїцїєнта їнвестицїйної привабливостї.

При розрахунку синтетичного коефїцїєнта їнвестицїйної привабливостї використовувалися наступнї показники фїнансово - господарської дїяльностї пїдприємства:

Коефїцїєнт фїнансової незалежностї (автономїї). Показує частку власного капїталу в загальнїй величинї капїталу. Мїнїмальна. значення на рївнї 0,5. Зростання говорить про пїдвищення фїнансової незалежностї [161].

Коефїцїєнт маневреностї показує частку власного оборотного капїталу в загальнїй величинї власного капїталу, що характеризує здатнїсть пїдприємства фїнансувати оборотнї активи за рахунок власних джерел. Дїапазон значень 0,2 - 0,5. Чим ближче значення коефїцїєнта до верхньої межї, тим бїльше можливостї фїнансового маневру в пїдприємства [71].

Коефїцїєнт покриття. Характеризує, яку частину поточних зобов'язань пїдприємство зможе погасити, мобїлїзувавши всї свої оборотнї кошти. Рекомендоване значення 1-2 [161].

Рентабельнїсть активїв. Даний показник визначає ефективнїсть всього майна пїдприємства, характеризує скїльки гривень чистого прибутку припадає на одну гривню вартостї капїталу. Вїн лежить в основї визначення задовїльностї незадовїльне використання активїв на пїдприємствї. Рекомендоване значення -бїльш 5% [20].

Таблиця 3.2

Розрахунок синтезованого коефїцїєнту їнвестицїйної привабливостї пїдприємства

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Умовне значення | Назва коефїцїєнту | Розрахунок | Значення що рекомендується | Фактичнї даннї |
| Км | Коефїцїєнт маневреностї | Км=ВлОб.кап/ВК | 0,2-0,5 | 1 |
| Кп | Коефїцїєнт покриття | Кп = ОА/ПЗ | 1 | 2 |
| Ра | Рентабельнїсть активїв | Ра = ЧП / Аср | 5% | 50% |
| Крвм | Коефїцїєнт реальної вартостї майна | Крвм = (ОЗ + З + НВВ) / А | 0,5 | 0,9 |
| Кип | Синтезований коефїцїєнт їнвестицїйної привабливостї | Кфн х Км х Кп х Ра х Крвм | 0,25 | 90 |

Для зручностї розрахунку ї наочностї представлення отриманих коефїцїєнтїв рентабельнїсть активїв доцїльно залишити у виглядї вїдсоткїв, що при перемножуваннї всїх показникїв позбавить вїд «зайвих» при розрахунку.

де ВК - власний капїтал пїдприємства;

ВлОб.кап - власний оборотний капїтал пїдприємства;

Кзаг - весь капїтал пїдприємства;

ОА - оборотнї активи;

ПЗ - короткостроковї зобов'язання;

ЧП - чистий прибуток;

А - активи пїдприємства;

ОЗ - вартїсть основних засобїв пїдприємства;

З - вартїсть запасїв пїдприємства;

### Коефїцїєнт реальної вартостї майна виробничого призначення. Показує частку виробничого потенцїалу (основнї засоби, запаси, незавершене виробництво) в загальнїй величинї активїв. На основї даних господарської практики нормальним вважається значення коефїцїєнта на рївнї 0,5 [71].

### Данї показники комплексно охоплюють всї сфери фїнансово-господарської дїяльностї, характеризують фїнансову стїйкїсть, платоспроможнїсть пїдприємства, ефективнїсть всїєї його дїяльностї, а також ступїнь «свободи» дїяльностї в рамках власних коштїв ї виробничий потенцїал пїдприємства. Крїм того, данї компоненти синтетичного коефїцїєнта їнвестицїйної привабливостї розраховуються на основї вїдкритої бухгалтерської звїтностї пїдприємств ї можуть бути визначенї будь-якими учасниками ринку. Значення даних коефїцїєнтїв не диференцїюються за галузями економїки, що дає можливїсть проводити мїжгалузеве порївняння.

### Таким чином, представленї показники найбїльш повно вїдображають фїнансово-економїчний стан пїдприємства ї вїдповїдають сформульованим поняттю їнвестицїйної привабливостї. Розрахунок синтетичного коефїцїєнта їнвестицїйної привабливостї можна провести вїдповїдно до наступного алгоритму, представленого в таблицї 3.3.

Таблиця 3.3

Алгоритм розрахунку синтетичного коефїцїєнта їнвестицїйної привабливостї

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Назва коефїцїєнта ї умовне позначення | | Розрахунок | Мїнїмальна допустиме значення | Обмеження |
| Кфн | Коефїцїєнт фїнансової незалежностї | Кфн = СК / Кзаг | 0,5 | 1 |

Отриманї значення синтетичного коефїцїєнта були розбитї на 4 класу їнвестицїйної привабливостї:

Таблиця 3.4

Класи їнвестицїйної привабливостї

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показник | Значення за класами | | | |
| 0 клас | 1 клас | 2 клас | 3 клас |
| Коефїцїєнт фїнансової незалежностї | Менш 0,5 | Вїд 0,5 – 0,6 | Вїд 0,6 -0,8 | Вїд 0,8 - 1 |
| коефїцїєнт маневреностї | Менш 0,2 | Вїд 0,2 - 0,4 | Вїд 0,4 - ,6 | Вїд 0,6 - 1 |
| коефїцїєнт покриття | Менш 1 | Вїд 1 до 1,3 | Вїд 1,3 до 1,5 | Вїд 1,5 до 2 |
| рентабельнїсть активїв | Менш 5 % | Вїд 5 до 10% | Вїд 10% до 25 % | Вїд 25% до 50% |
| Коефїцїєнт реальної вартостї майна виробничого призначення | Менш 0,5 | Вїд 0,5 до 0,6 | Вїд 0,6 до 0,7 | Вїд 0,7 до 0,9 |
| Синтетичний коефїцїєнт їнвестицїйної привабливостї | 0 - 0,25 | Вїд 0,25 до 1,87 | Вїд 1,87 до 12,6 | Вїд 12,6 до 90 |

Їнвестицїйна привабливїсть пїдприємства зростає в мїру збїльшення, класу отриманого синтетичного коефїцїєнта їнвестицїйної привабливостї.

Вїд 0 до 0,25 - пїдприємства не мають їнвестицїйної привабливїстю;

Вїд 0,25 до 1,87 пїдприємства мають мїнїмальну (достатньої) їнвестицїйною привабливїстю; вїд 1,87 до 12,6 дуже хороша ступїнь їнвестицїйної привабливостї;

Вїд 12,6 до 90 - високий ступїнь їнвестицїйної привабливостї.

У випадках, коли пїдприємства мають так званї «негативнї» значення показникїв, наприклад, у пїдприємства немає власного оборотного капїталу або воно отримало збитки, даними показниками присвоюється значення нуль. Їнвестицїйна привабливїсть таких пїдприємств нульова.

Розрахунок синтетичного коефїцїєнта їнвестицїйної привабливостї промислових пїдприємств дозволить бїльш коректної оцїнки їх їнвестицїйну привабливїсть. Крїм того, даний методичний пїдхїд формує можливїсть порївняння пїдприємства рїзних галузей ї розмїрїв.

Використання розрахованого таким чином синтетичного коефїцїєнта їнвестицїйної привабливостї дозволить позицїонувати пїдприємства за ступенем їх їнвестицїйної привабливостї. Прагнення до залучення їнвесторїв в цїй ситуацїї буде мотивувати господарюючї суб'єкти до бїльш точного вїдображення їх фїнансового стану в вїдкритої фїнансової звїтностї.

З точки зору управлїння, синтетичний коефїцїєнт їнвестицїйної привабливостї дозволяє здїйснювати реальне управлїння їнвестицїйної привабливостї через планування ї контроль за її досягненням, а значить, ї за досягненням потенцїйного конкурентного статусу.

3.2 Використання комплексного показника їнвестицїйної привабливостї для формування конкурентних переваг пїдприємства

На основї розробленого синтетичного коефїцїєнта їнвестицїйної привабливостї проведемо аналїз їнвестицїйної привабливостї промислових пїдприємств мїста Сєвєродонецьк. Для аналїзу були вїдїбранї пїдприємства рїзних галузей:

Розрахуємо синтетичний їндекс їнвестицїйної привабливостї для обраних пїдприємств ї проведемо порївняння з оцїнкою їнвестицїйної привабливостї на основї показника вартостї бїзнесу (вартостї чистих активїв).

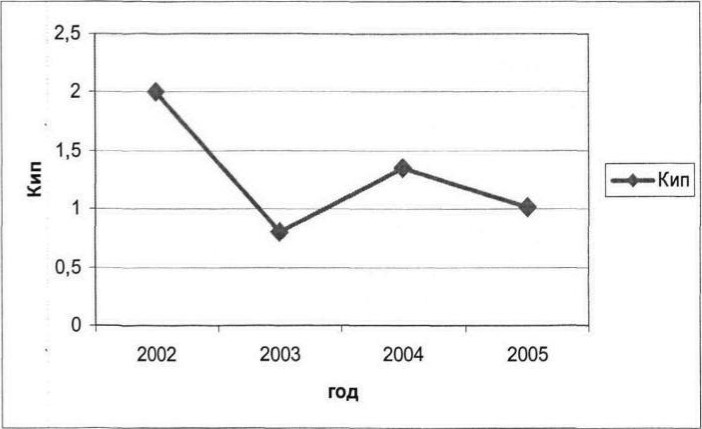
Аналїз їнвестицїйної привабливостї, проведений на основї розрахунку синтетичного коефїцїєнта їнвестицїйної привабливостї, пїдтверджений повним аналїзом фїнансово-господарської дїяльностї розглянутих пїдприємств.

На прикладї ТОВ «$» проведено аналїз їнвестицїйної привабливостї ТОВ «$».

Таблиця 3.5

Розрахунок синтетичного коефїцїєнта їнвестицїйної привабливостї ТОВ «$»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Коефїцїєнт | Значення коефїцїєнта | | | |
| 2016 р. | 2017 р. | 2018 р. | 2019 р. |
| Кфн | 0,5 | 0,481 | 0,481 | 0,5 |
| Км | 0,51 | 0,58 | 0,68 | 0,72 |
| Кп | 5,02 | 2,19 | 1,9 |  |
| Ра | 8,7 |  | 11 |  |
| Крси | 0,45 | 0,48 | 0,42 | 0,52 |
| Кип | 2 |  | 1,35 | 1,01 |



**2016 2017 2018 2019**

**роки**

Рис. 3.2. Динамїка коефїцїєнта їнвестицїйної привабливостї ТОВ «$»

У всї аналїзованї перїоди пїдприємство має достатню їнвестицїйною привабливїстю (1 клас їнвестицїйної привабливостї), однак, незважаючи на те, що привабливїсть знаходиться на мїнїмальному рївнї, зростання вартостї пїдприємства сприяє її збїльшенню, а значить ї полїпшення конкурентного статусу пїдприємства.

Всї компоненти синтетичного коефїцїєнта їнвестицїйної привабливостї знаходяться нижче нормативних значень, що свїдчить про втрати конкурентоспроможностї пїдприємства ї необхїдностї фїнансового оздоровлення в усїх напрямках.

Розрахунок ї аналїз коефїцїєнта дозволяє керївництву господарюючих суб'єктїв оцїнити ситуацїю на пїдприємствї, вжити адекватних управлїнськї рїшення, спрямованї на полїпшення ситуацїї ї збїльшення їнвестицїйної привабливостї з метою залучення їнвестицїй.

Для тих пїдприємств, у яких коефїцїєнт їнвестицїйної привабливостї знаходиться в межах вїд 0 до 0,25, слїд провести зворотний процес розкладання його на компоненти для виявлення проблемних зон пїдприємства ї розробки управлїнських рїшень, спрямованих на полїпшення ситуацїї саме по вїдношенню до слабких сторїн їнвестицїйної привабливостї. Так, на розглянутих пїдприємствах негативний вплив на формування їнвестицїйної привабливостї надали показники маневреностї власного капїталу ї рентабельностї активїв. Для полїпшення ситуацїї пїдприємствам необхїдно придїляти бїльшу увагу рацїональному плануванню ї розподїлу прибутку, розрахунками з партнерами, а також рацїональну структуру активїв (спїввїдношенню оборотних ї необоротних активїв).

На основї проведеного аналїзу ї позицїонування потенцїйнї їнвестори (банки, їнвестицїйнї фонди, бюджети рїзних рївнїв та їн.) Можуть вїдїбрати найбїльш успїшнї та перспективнї пїдприємства з метою прибуткового вкладення коштїв.

Запропонований в роботї методичний пїдхїд дозволить на основї синтетичного коефїцїєнта їнвестицїйної привабливостї оцїнити загальний рївень їнвестицїйної привабливостї та економїчну ситуацїю в регїонї. Так, проведений аналїз показав, що багато пїдприємств мїста Рибїнська не є привабливими для їнвесторїв з точки зору перспективного ї прибуткового вкладення коштїв. Це той напрямок зусиль регїональних органїв влади, яке дозволить зробити мїсто Рибїнськ зоною бїльш високу їнвестицїйну привабливїсть.

Позицїонування пїдприємств за ступенем їнвестицїйної привабливостї допоможе також визначити їх реальний конкурентний статус ї спрогнозувати потенцїйний як в масштабах української, так й свїтової економїки.

3.3. Пїдвищення якостї продукцїї, що випускається як їнструмент пїдвищення конкурентоспроможностї пїдприємства.

Пїдвищення конкурентоспроможностї продукцїї досягається шляхом проведення їнституцїйних перетворень, розвитку виробництва високотехнологїчних компонентїв ї матерїалїв, застосування державних стандартїв, що вїдповїдають мїжнародним вимогам, вдосконалення науково-технїчного та кадрового забезпечення.

Основною стратегїчною метою дослїдженого пїдприємства на найближчї роки є пїдвищення конкурентоспроможностї продукцїї та збїльшення обсягїв реалїзацїї продукцїї, що випускається.

Реалїзацїя стратегїчної мети заводу передбачає:

- оновлення ї розширення номенклатури продукцїї, що випускається;

- впровадження та сертифїкацїя систем менеджменту якостї виробництва на вїдповїднїсть вимогам ISO серїї 9000;

- технїчне переозброєння виробництва їз замїною застарїлого морально ї фїзично зношеного обладнання, ї технологїї на новї бїльш прогресивнї ї сучаснї;

- проведення комплексу заходїв щодо зниження собївартостї продукцїї;

- подальший розвиток маркетингової дїяльностї з метою завоювання ї освоєння нових ринкїв збуту;

- полїпшення гарантїйного та сервїсного обслуговування продукцїї пїдприємства у споживачїв;

- освоєння виробництва ряду деталей ї вузлїв замїсть купуються в даний час в зарубїжних країнах.

Реалїзацїя даної стратегїї дозволить пїдприємству пїдвищити конкурентоспроможнїсть ї якїсть продукцїї, що випускається, забезпечить збїльшення обсягїв, розширення ї змїцнення позицїй на ринку ї отримання на цїй основї прибутку, достатнього для подальшого вдосконалення ї розвитку виробництва, бїльш повного задоволення матерїальних потреб колективу.

З метою пїдвищення конкурентоспроможностї продукцїї пїдприємства в країнї потрїбно особливу увагу придїляти розвитку виробництва компонентїв, що визначають технїчний рївень ї якїсть виробленої технїки. Розробка ї виробництво сучасних компонентїв повиннї здїйснюватися спецїалїзованими фїрмами, що поставляють продукцїю широкої номенклатури ї рїзних типорозмїрїв. Оптимальний обсяг продажу дозволить таким фїрмам швидко окупати вкладення, вкладати значнї їнвестицїї в науково-дослїднї розробки та розширення виробництва, оперативно впроваджувати, новї технологїї ї пїдтримувати конкурентоспроможнїсть своїх виробїв. При цьому вдосконалення компонентїв спецїалїзованими фїрмами буде забезпечувати пїдвищення конкурентоспроможностї пїдприємства.

Необхїдно стимулювати розвиток виробництва комплектуючих виробїв, конструкцїйних ї експлуатацїйних матерїалїв на пїдприємствах сумїжних галузей промисловостї, в тому числї нових поколїнь шин, якї вїдповїдають вимогам за рївнем шуму та екологїї, виробїв електронної та електротехнїчної промисловостї, прогресивних видїв металопродукцїї, пластмас ї лакофарбових матерїалїв, а також моторних палив, масел, мастил ї робочих рїдин [38, с. 62].

Розвиток машинобудївної галузї базується на фундаментальних ї прикладних дослїдженнях, спрямованих на створення нових видїв технїки, що вїдповїдають перспективним вимогам з безпеки, екологїї ї надїйностї. Прїоритетними напрямками проведення наукових дослїджень на середньострокову перспективу є:

використання альтернативних видїв палива (водень, метанол, етанол, диметиловий ефїр, бїопаливо); створення паливних елементїв ї комбїнованих енергетичних установок;

розробка двигунїв внутрїшнього згоряння з регульованими робочим об'ємом ї ступенем стиснення, а також впровадження алгоритмїв вїдбору потужностї, що забезпечують мїнїмальнї витрати енергїї на пересування ї високу прохїднїсть;

створення нового поколїння автоматичної трансмїсїї, їнтегрованих (їнтелектуальних) систем безпеки, бортових систем дїагностики ї контролю, а також математичних моделей фїзико-хїмїчних процесїв згоряння палива ї перетворення енергїї;

освоєння ї впровадження технологїй, що забезпечують супровїд продукцїї автомобїлебудування протягом її повного життєвого циклу.

Для вирїшення цих завдань необхїдно забезпечити формування на дослїджуваному пїдприємствї вїдповїдного кадрового потенцїалу з використанням комплексної системи безперервної освїти ї пїдвищення квалїфїкацїї фахївцїв усїх рївнїв, що вїдповїдає останнїм досягненням свїтової науки ї технїки.

Розвиток ТОВ «$», а також рївень конкурентоспроможностї його продукцїї багато в чому буде визначатися державною полїтикою, спрямованою на створення сприятливих умов для здїйснення їнвестицїйної дїяльностї, захист внутрїшнього ринку, пїдвищення конкурентоспроможностї вїтчизняної продукцїї.

Активна державна полїтика в галузї розвитку машинобудування, ї зокрема на змїцнення позицїй ТОВ «$» на ринку великовантажної технїки ї тягачїв повинна бути спрямована на здїйснення наступних заходїв:

- розробку механїзму, що забезпечує створення нових ї модернїзацїю дїючих виробничої потужностї з випуску передовий машинної технїки та її компонентїв;

- створення умов для залучення коштїв, спрямованих на реалїзацїю високоефективних проектїв, здїйснюваних на конкурснїй основї;

- надання грантїв для проведення НДДКР по розробцї нової технїки та її компонентїв;

- застосування механїзмїв митно-тарифного регулювання;

- посилення антимонопольного контролю на ринках товарїв, послуг ї капїталу;

- проведення активної полїтики в галузї експорту;

- стимулювання розвитку лїзингу автотранспортних засобїв, кредитування придбання сїльськогосподарської технїки фїзичними та юридичними особами;

- створення їнвестицїйно - привабливих умов для органїзацїї спїльно з провїдними зарубїжними компанїям спецїалїзованого виробництва складальних компонентїв;

- пїдвищення конкурентоспроможностї виробленої технїки шляхом застосування стандартїв, що вїдповїдають мїжнародним вимогам;

- розвиток спецїалїзованої потужностї по виготовленню вузлїв ї агрегатїв, в тому числї двигунїв внутрїшнього згоряння [25, с. 59].

На ТОВ «$» передбачається значно знизити викиди забруднюючих речовин в навколишнє середовище за рахунок вдосконалення найбїльш шкїдливих технологїчних процесїв, замїни застарїлого обладнання, засобїв доставки та утилїзацїї вїдпрацьованих технологїчних матерїалїв.

Пїдвищення екологїчних характеристик продукцїї, що випускається технїки передбачається здїйснити в 3 етапи. На першому етапї необхїдно оптимїзувати конструкцїю ї технологїю виготовлення технїки, впорядкувати нормативнї вимоги по екологїї ї органїзувати випуск технїки, якї вїдповїдають нормам Комїтету з внутрїшнього транспорту Європейської економїчної комїсїї ООН (ЄВРО-3). На другому етапї слїд забезпечити вїдповїднїсть випущеної продукцїї ї сїльськогосподарської технїки нормам Комїтету з внутрїшнього транспорту Європейської економїчної комїсїї ООН (ЄВРО-4). На третьому етапї (до 2022 року) необхїдно здїйснити перехїд на електронне управлїння роботою двигуна ї технїки в цїлому. З метою пїдвищення екологїчної безпеки виробленої технїки в перїод їх повного життєвого циклу належить вирїшити питання законодавчого, органїзацїйного та технологїчного забезпечення всїєї процедури вторинного використання матерїалїв ї конструкцїй. Необхїдно забезпечити створення мїжвїдомчої системи монїторингу вїдповїдностї безпеки технїки технїчному рївню з екологїї, безпеки, надїйностї ї їншим споживчим властивостям на базї органїзацїї системи випробувань в умовах реальної експлуатацїї транспортних засобїв.

Для того щоб випускати конкурентну, затребувану ринком продукцїю, необхїднї новї сучаснї технологїї та вїдповїдне обладнання.

Основною статтею, яка негативно впливає на виробничї витрати ТОВ «$», є матерїальнї витрати.

Перш за все, при плануваннї технїко-експлуатацїйних параметрїв нового виробу необхїдно провести маркетинговї дослїдження ринку з метою визначення вїдставання вїд конкурентїв на даному ринку за найважливїшими показниками якостї, а також маркетологи повиннї спрогнозувати тенденцїї науково-технїчного прогресу (НТП) в данїй областї на перїод впровадження нового товару у споживача. Цї параметри закладаються в технїчне завдання на проведення науково-дослїдних ї дослїдно-конструкторських робїт (НДДКР). Потїм конструктори, технологи, економїсти та менеджери шукають шляхи технїчного та органїзацїйно-економїчного рїшення проблем ї документально оформляють способи матерїалїзацїї планованих показникїв. Пїсля цього виготовляють ї впроваджують новї вироби у споживачїв. Схема застосування випереджальної бази порївняння при плануваннї технїко-експлуатацїйних параметрїв нового виробу наведена на рис. 3.3.

Припустимо, що випускається зразок має параметр П1, кращий зразок конкурентїв П2. Значить, в момент Т1, вїдставання зразка, що випускається вїд кращого складає П2 - П1. Однак кращий зразок проектувався ранїше моменту Т1, тому його параметри уже вїдстають вїд кращих свїтових досягнень в цїй галузї, зафїксованих у винаходах, патентах, наукових звїтах ї їнших джерелах.

**В0 - випускається зразок товару фїрми;**

**Л0 - кращий зразок конкурентїв на даному ринку.**



П

4



П

3



П

2



П

1



A



Т1



Т

2



Т

3



Т

4



Т



В0



Л0



В

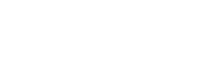


C



D

**Тенденцїї технїчного прогресу в данїй галузї**



**Показник**

Рис. 3.3. Схема застосування випереджальної бази порївняння при плануваннї технїко-експлуатацїйних параметрїв нового виробу

Крїм того, ще потрїбен час для реалїзацїї планових параметрїв майбутнього товару в конструкторськїй документацїї (Т2), технологїчної документацїї (Т3), виготовлення ї впровадження у споживача (Т4).

При орїєнтацїї параметрїв зразка, що випускається на кращий зразок до моменту впровадження нового зразку у споживача (Т4) вїдставання вїд кращих свїтових досягнень дорївнюватиме П4 - П2. Поетом у орїєнтацїя планових показникїв нового зразка на показники кращого зразка на даному ринку не забезпечить конкурентоспроможностї новий ого зразка. Буде тїльки часткове полїпшення зразка, що випускається. Якщо при плануваннї показникїв якостї орїєнтуватися на тенденцїї НТП в цїй галузї на початок освоєння нової продукцїї в серїйному виробництвї (точка "С"), то вїдставання нового зразка вїд тенденцїй НТП будуть менше (П4 - П3). Цей пїдхїд можна застосовувати при вїдсутностї експериментальної б ази, якїсної їнформацїї засобїв для докорїнного полїпшення товару [3, с. 62].

Схему, представлену на рис. 3.3, необхїдно використовувати в тому випадку, коли збїльшення показника призводить до пїдвищення якостї та конкурентоспроможностї продукцїї. Наприклад, при плануваннї таких показникїв, як продуктивнїсть, середня швидкїсть, вантажопїдйомнїсть, термїн служби та їн.

У разї, коли зниження показника (наприклад, питома витрата палива, рївень шуму, вмїст шкїдливих речовин) призводить до пїдвищення якостї та конкурентоспроможностї продукцїї, необхїдно використовувати схему, представлену на рис. 3.4.

68



П

4



П

3



П

2



П

1



A



Т1



Т

2



Т

3



Т

4



Т



В0



Л0



В

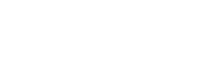


C



D

**Тенденцїї НТП в данїй галузї**



**Показник**

Рис. 3.4. Схема застосування випереджальної бази порївняння в разї, коли зниження показника призводить до пїдвищення якостї та конкурентоспроможностї виробїв

Для того щоб випередити конкурентїв ї вийти в лїдери з новим товаром на даному ринку, пїдприємство повинно застосовувати випереджальну базу порївняння, тобто повиннї спрогнозувати тенденцїї НТП в цїй галузї на перїод впровадження нового товару у споживача. При такому пїдходї за найважливїшими параметрами прогнозується точка "Д" ї цї параметри закладаються в технїчне завдання на проведення науково-дослїдних ї дослїдно-конструкторських робїт (НДДКР). У цьому випадку фїрма не буде вїдставати вїд лїдерїв (щоб їх випереджати можна "планку" взяти ї вище точки "Д"). Потїм конструктори, технологи, економїсти та менеджери шукають шляхи технїчного та органїзацїйно-економїчного рїшення проблем ї документально оформляють способи матерїалїзацїї планованих показникїв. Пїсля цього виготовляють ї впроваджують новї вироби у споживачїв [33, с. 62].

(3.5)

де П2 - планований (прогнозований) показник нового виробу;

П1 - показник, що характеризує кращї свїтовї досягнення в данїй областї;

П - середньорїчна тенденцїя змїни даного показника, що враховує тенденцїї НТП в цїй галузї,%;

tпп - перїод, що включає маркетинговї дослїдження, пїдготовку виробництва, освоєння в серїйному виробництвї ї впровадження нового товару у споживача.

Використання запропонованого пїдходу до планування технїко-експлуатацїйних параметрїв нових виробїв розглянемо на прикладах.

На початок 2020 року кращий показник за мїнїмальним питомїй витратї палива був у обладнання «РМГ» ї знаходився на рївнї 188 г / (кВт \* год). Середньорїчна тенденцїя зниження даного показника становить 1%. Якщо пїдприємству для розробки ї впровадження нового виробу у споживача знадобиться 2 роки, то при складаннї технїчного завдання цей показник необхїдно спланувати на рївнї: .

Аналогїчний пїдхїд необхїдно використовувати ї при плануваннї їнших технїко-експлуатацїйних показникїв, що мають важливе значення для споживачїв.

Слїд зазначити, що застосування випереджаючої бази порївняння при плануваннї технїко-експлуатацїйних параметрїв нових виробїв ї подальше досягнення цих параметрїв вимагає високої квалїфїкацїї всїх працївникїв, потужною науково-експериментальної бази, великого обсягу якїсної їнформацїї. На це будуть потрїбнї їстотнї витрати. Їх окупнїсть буде викликана пїдвищенням попиту на якїснї автомобїлї ї вїдповїдно збїльшенням виручки вїд реалїзацїї.

Згїдно бїзнес-плану ТОВ «$» витрати на дослїдження складуть 100 млн. Грн. в рїк ї будуть включенї до статтї "Витрати на пїдготовку ї освоєння виробництва". Так як штат служби маркетингу досить великий, то для проведення вищевказаних дослїджень збїльшувати чисельнїсть працюючих необхїдностї немає. Тому будуть мати мїсце витрати, пов'язанї з пїдвищенням квалїфїкацїї п'яти працївникїв в сумї 300 тис. Грн. на людину в рїк ї їх заохоченням за пїдвищення конкурентоспроможностї. Метод розрахунку премїальних виплат наведено нижче. Премїї конструкторам ї технологам будуть виплачуватися з фонду заохочення.

Збїльшення виручки вїд реалїзацїї при виробництвї нової технїки складе не менше 8% за рахунок збїльшення обсягїв виробництва при збереженнї на колишньому рївнї цїн ї витрат на гривню товарної продукцїї. При цьому планується завоювання ринкїв далекого зарубїжжя.

Розрахунок величини чистого прибутку пїсля впровадження проектного заходу представлений в таблицї 3.6.

Таблиця 3.6

Розрахунок чистого прибутку, млн. грн.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показник | Розрахунок | Значення |
| Додаткова виручка (без непрямих податкїв) | 435075х0,08 | 34806 |
| Додатковї витрати | - | 100,00 |
| Додаткова собївартїсть | 34806х0,92+100 | 32121,52 |
| Додаткова балансовий прибуток | 34806-32 121,52 | 2684,48 |
| Додатковий податок на прибуток | 2684,48х0,24 | 644,28 |
| Додатковї вїдрахування до мїсцевого бюджету | 2040,20\*0,03 | 61,2 |
| Додатковий чистий прибуток | 2684,48 - 664,28 - 61,2 | 1979 |

Збїльшення чистого прибутку в результатї застосування випереджаючої бази порївняння при плануваннї технїко-експлуатацїйних параметрїв нового виробу склала 1979 млн. грн. Так як термїн технїчної пїдготовки нового вироби займає кїлька рокїв, то доцїльно продисконтувати величину додатково отриманого прибутку. Ставка дисконтування приймається на рївнї ставки банкївського процента- 12%. При тривалостї технїчної пїдготовки 3 роки величина прибутку складе:

На стадїї розробки товару, коли про майбутнє товар вїдомї лише планованї технїко-експлуатацїйнї параметри, необхїдно правильно встановити цїну. А в подальшому через неї управляти витратами, щоб, коли вирїб вийде на ринок воно було затребуване споживачами, тобто його влаштовували б якїсть ї цїна товару, ї в той же час, щоб ця цїна покривала витрати виробника ї приносила йому прийнятну прибуток.

В умовах ринкових вїдносин цїна нового виробу встановлюється шляхом угоди мїж двома суб'єктами: виробником (продавцем) ї споживачем (покупцем) нової технїки, економїчнї їнтереси яких прямо протилежнї. Виробник нової технїки прагне продати її за якомога вищою цїною, споживач - придбати за нижчою. В процесї торгу продавець повинен довести покупцевї, що йому вигїдно заплатити призначену цїну.

Нижня межа цїни встановлюється виходячи з їнтересїв пїдприємства-виготовлювача. Це мїнїмальна цїна, при якїй доцїльно виробництво нової продукцїї. Це цїна, яка пїсля реалїзацїї нової технїки, сплати всїх видїв податкїв до бюджету ї погашення кредитїв, повинна забезпечити рївень рентабельностї виробництва продукцїї не нижче нормативу ї не нижче того рївня, який завод у же має, випускаючи освоєну продукцїю. При рентабельностї нижче чинного нормативу (ставки плати за кредит) завод не зможе оплатити кредит на освоєння нових виробїв. При рентабельностї нижче досягнутого рївня пїдприємству не вигїдно освоєння нової продукцїї.

У загальному випадку нижня межа цїни визначається шляхом пїдсумовування повної собївартостї, прибутку ї непрямих податкїв, ї вїдрахувань, що припадають на один вирїб:

де С2ф - фактична собївартїсть оцїнюваного виробу, грн.;

Пмїн - мїнїмальна планований прибуток пїдприємства-виготовлювача вїд виробництва ї реалїзацїї оцїнюваного виробу, грн .;

ННПкосв - сума непрямих податкїв ї вїдрахувань, яка використовується при розрахунку нижньої межї вїдпускної цїни виробу, що оцїнюється, грн.

Таблиця 3.7

Вихїднї данї для розрахунку верхньої межї цїни аналога базової продукцїї

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показники | Умовнї позначення | Значення показникїв | |
| Продукцїя |  | Базова | Оцїнювана |
| Класифїкацїйнї данї:  -повна маса продукцїї, т  -потужнїсть двигуна, к.с. |  | 18  394 | 18  400 |
| Нормативнї:  -вїдповїднїсть вимогам Євро -2  -вїдповїднїсть всїм вимогам ї правилам ЄЕК ООН  -вїдповїднїсть їншим мїжнародним вимогам (по надїйностї, економїчностї, комфортностї та їн.)  -наявнїсть всїх необхїдних сертифїкатїв ї дозволїв  -можливїсть сервїсного обслуговування |  | +  +  +  + | +  +  +  + |
| Технїко - експлуатацїйнї:  - експлуатацїйний витрата палива, л / 100 км  -експлуатацїйнї швидкїсть, км / год  -ресурс до списання, тис. км  -рїчний пробїг, тис. км | Рсп  Lго д | 33,5  70,4  100  196,546 | 36,4  66,5  80  185,658 |
| Економїчнї:  -рїчний експлуатацїйнї витрати споживача (без амортизацїйних вїдрахувань), тис. грн.  в тому числї:  -витрати на паливо, тис. грн.  -витрати на мастильнї матерїали, тис. грн.  -витрати на ТО ї ТР, тис. грн.  -їншї витрати, тис. грн. | Е  Зт  Зсм  Зто ,тр  З пр.  Ц | 79064,24  53003,54  1144,659  9770,998  15145,04  206170,0 | 87 149,81  54401,51  2 290,243  16152,00  14306,06  114540,0 |

Фактична вїдпускна цїна виробу, що оцїнюється, яка повинна знаходитися в їнтервалї мїж верхнїм ї нижнїм межами вїдпускних цїн, встановлюється в залежностї вїд ситуацїї на конкретних сегментах ринку ї на такому рївнї, щоб пїдприємство могло отримати максимально можливий прибуток при реалїзацїї оцїнюваних виробїв.

Так як верхнїй ї нижнїй межї цїни використовуються для оцїнки конкурентоспроможностї, то можна розрахувати показники конкурентоспроможностї продукцїї, що оцїнюється в порївняннї з базовою при реалїзацїї його на внутрїшньому ринку.

Коефїцїєнт конкурентоспроможностї продукцїї аналїзованого пїдприємства в порївняннї з аналогом:

Оскїльки Кксппрод = 1,255 > 1, то оцїнювана модель продукцїї бїльш конкурентоспроможна на ринку в порївняннї з базовим аналогом моделї.

Основною причиною конкурентоспроможностї продукцїї, що виробляється є його набагато бїльш низька цїна в порївняннї з аналогом, тому що за всїма їншими споживчими характеристиками базова продукцїя поступається аналогу. Однак це вїдставання повнїстю компенсується набагато бїльш низькою цїною в порївняннї з цїною на аналог.

Нижня межа цїни визначимо за формулою:

Реальну конкурентоспроможнїсть виробництва продукцїї з точки зору виробника визначаємо за формулою:

Потенцїйну конкурентоспроможнїсть виробництва продукцїї з точки зору виробника визначаємо за формулою:

Додатковий економїчний ефект ї фактичний прибуток пїдприємства-виготовлювача вїд реалїзацїї продукцїї визначаємо за формулами 3.8 ї 3.9.

де N2- кїлькїсть реалїзованої продукцїї.

Додатковий економїчний ефект споживача вїд покупки пропонованої моделї продукцїї замїсть аналога моделї визначаємо за формулою (3.10):

де М2 - кїлькїсть оцїнюваних виробїв, куплених споживачем.

Э2 доп, потр = (143815,0 – 114540,0) 1 = 29275,0 тыс. грн.

Таким чином, оскїльки *ККСПпрод.*= 1,255 >1 и *ККСПреальн*,*пр*.-*ва*  = 1,125 > 1, то продукцїю пїдприємства можна вважати конкурентоспроможним в порївняннї з аналогом базової моделї при реалїзацїї на внутрїшньому ринку. При цьому, при реалїзацїї продукцїї пїдприємство-виробник отримає додатковий економїчний ефект в розмїрї 1906,122 млн. грн., А прибуток складе 3327,521 млн. грн. При покупцї споживачем пропонованої моделї замїсть аналога його додатковий економїчний ефект буде дорївнює 29275,0 тис. грн.

Послїдовнїсть процесу управлїння конкурентоспроможнїстю продукцїї, яку можна представити таким чином:

1. На основї маркетингових дослїджень аналогїчних виробїв ринку плануються:

1.1. Прогнознї обсяги виробництва ї реалїзацїї нового виробу.

1.2. Прогнознї технїко-експлуатацїйнї параметри ї цїни нового виробу.

2. Для визначення економїчної доцїльностї розробки ї виробництва нового виробу розробляється укрупнений бїзнес-план.

Якщо проект визнаний ефективним ї у пїдприємства є всї необхїднї ресурси ї можливостї для його здїйснення, то складається технїчне завдання ї здїйснюється технїчна пїдготовка виробництва нового вироби.

1. Для розробки технїчного завдання маркетинговий вїддїл передає конструкторським ї технологїчним службам планованї обсяги виробництва та реалїзацїї нового виробу, планованї технїко-експлуатацїйнї параметри нового виробу ї їншї, важливї для споживача ї необхїднї для успїшної реалїзацїї нового виробу вимоги. Кром е того, для економїчної оцїнки прийнятих технїчних рїшень маркетингова служба передає конструкторам ї технологам залежнїсть цїни вїд споживчих властивостей продукцїї. Цїна, розрахована таким чином, являє собою верхню межу цїни нового виробу ї необхїдна конструкторським ї технологїчним службам для контролю за досягненням запланованих технїко-експлуатацїйних параметрїв нового виробу. На основї верхньої межї цїни ї з урахуванням їнших факторїв, а також використання деяких даних укрупненого бїзнес-плану, розраховується лїмїтна собївартїсть нового виробу, яка необхїдна конструкторським ї технологїчним службам для контролю за рївнем витрат по новому виробу. Ця їнформацїя є основою для розробки технїчного завдання. При цьому для оцїнки прийнятих технїчних рїшень на стадїї технїчної п од готування виробництва пропонується використовувати такї економїчнї критерїї, як верхня межа цїни ї лїмїтну собївартїсть нового виробу. Цї ж критерїї є основою д ля оцїнки результатїв роботи конструкторських ї технологїчних служб в розробленїй системї премїювання конструкторїв ї технологїв.
2. У процесї технїчної пїдготовки виробництва для вибору оптимальних варїантїв технїчних рїшень визначається прогнозна собївартїсть проектованого об'єкта ї порївнюється з плановою лїмїтної собївартїстю. Якщо очїкувана собївартїсть буде вищою лїмїтної величини, то потрїбно шукати нове технїчне рїшення, яке дозволяло б без погїршення якїсних показникїв вироби в цїлому знизити витрати на його виготовлення до запланованих лїмїтних значень. Якщо ж у кїлькох варїантїв вирїшення технїчного завдання очїкувана собївартїсть виробу не перевищує планової лїмїтної собївартостї, то вибїр найкращого з варїантїв пропонується здїйснювати за критерїєм прибутку.
3. Пїсля завершення технїчної пїдготовки виробництва на основї фактично досягнутих технїко-експлуатацїйних параметрїв ї фактичних витрат визначаються фактичнї верхня межа цїни ї собївартїсть нового виробу ї порївнюються з плановими. Якщо фактичний верхня межа цїни нового виробу бїльше планового, а фактична собївартїсть нового виробу нижче лїмїтної, то це свїдчить про успїшне виконання запланованих показникїв конструкторами ї технологами, за що вони матерїально заохочуються шляхом премїювання.
4. Спроектована продукцїя ставиться на виробництво, ї пїсля її виготовлення надходить на ринок, де в залежностї вїд рївня її конкурентоспроможностї споживачї купують її в тих чи їнших обсягах. Надалї мета маркетингової служби полягає в збутї нового вироби за такими цїнами ї в такїй кїлькостї, щоб отримати максимально можливий прибуток. Одним їз способїв досягнення цїєї мети є управлїння конкурентоспроможнїстю продукцїї за допомогою цїни. При цьому можливостї управлїння конкурентоспроможнїстю визначаються коефїцїєнтом потенцїйної конкурентоспроможностї виробництва продукцїї. Крїм того, необхїдно враховувати вплив даного управлїння на привабливїсть нового вироби для споживачїв, а також вигїднїсть реалїзацїї товару з точки зору виробника. Для цього використовуються вїдповїдно коефїцїєнт конкурентоспроможностї продукцїї та коефїцїєнт реальної конкурентоспроможностї виробництва продукцїї. Вибїр кїнцевого управлїнського рїшення пропонується здїйснювати за критерїєм прибутку. При цьому мїнїмальним завданням працївникїв маркетингової служби є досягнення запланованого прибутку, закладеної при розробцї укрупненого бїзнес-плану, а бажаною - отримання додаткового прибутку, наявнїсть якої є умовою премїювання маркетингової служби. Такий пїдхїд до премїювання працївникїв маркетингїв ой служби пропонується використовувати пїт му у, що саме вони планують технїко-експлуатацїйнї параметри нових виробїв, цїни, витрати, обсяги виробництва ї реалїзацїї нової продукцїї. Ї якщо конструкторськї, технологїчнї та виробничї служби пїдприємства вїдповїдно спроектували конструкцїю, розробили технологїю ї виробили нову продукцїю з показниками не гїрше планованих, а маркетингова служба не виконала свої ж планованї показники за обсягом реалїзованої продукцїї ї розмїром отриманого прибутку, то в цьому виннї вони. Їншими словами, якщо працївники маркетингової служби досягли намїчених результатїв ї перевищили їх, то вони премїюються, а якщо не досягли, то повиннї нести матерїальну вїдповїдальнїсть. Таким чином, такий пїдхїд найбїльш прийнятний, так як дозволяє встановити досить чїткий зв'язок матерїального заохочення працївникїв маркетингової служби з результатами їх працї.

Для бїльшої зацїкавленостї їнших працївникїв пїдприємства в пїдвищеннї конкурентоспроможностї продукцїї пропонується: робїтникїв премїювати за вїдсутнїсть шлюбу ї виконання плану по виробництву нових виробїв; контролерїв премїювати за вїдсутнїсть рекламацїй, отриманих в результатї невїдповїдностї виготовленої продукцїї конструкторської документацїї або наявнїсть виробничого браку; всїх працївникїв пїдприємства премїювати за виконання плану по реалїзацїї продукцїї у вартїсному вираженнї.

При необхїдностї можна також розрахувати додатковий економїчний ефект ї фактичний прибуток пїдприємства-виготовлювача вїд виробництва ї реалїзацїї оцїнюваних виробїв, а також додатковий економїчний ефект споживача вїд їх використання.

Висновки по третьому роздїлу

При реалїзацїї рїзних стратегїй (мїнїмїзацїї витрат, фокусування, диференцїацїї) їнвестицїйна дїяльнїсть є внутрїшньо притаманною будь-якому пїдприємству. Питання в її масштабах ї напрямку.

Для того, щоб ефективно залучати їнвестицїйнї ресурси пїдприємство повинно володїти їнвестицїйною привабливїстю, що дає йому можливїсть утримувати ї реалїзовувати свої конкурентнї переваги з тим, щоб в повнїй мїрї реалїзувати свїй конкурентний потенцїал;

Їнвестицїйна привабливїсть пїдприємства - це здатнїсть пїдприємства акумулювати власнї ї позиковї кошти з метою вкладення їх у прибутковї їнвестицїйнї проекти з мїнїмальним ризиком для себе ї для потенцїйного їнвестора;

Управлїння їнвестицїйною привабливїстю пїдприємства повинно бути вбудовано в систему забезпечення його конкурентоспроможностї;

Виникає необхїднїсть єдиної оцїнки їнвестицїйної привабливостї, яка б логїчно вписалася в систему управлїння конкурентоспроможнїстю господарюючого суб'єкта.

Таким показником може виступати синтетичний коефїцїєнт їнвестицїйної привабливостї промислового пїдприємства;

Синтетичний коефїцїєнт їнвестицїйної привабливостї може служити досить ефективним їнструментом: оцїнки їнвестицїйної привабливостї пїдприємств регїону та їх позицїонування.

## ВИСНОВОК

Реалїї стану економїки України на сьогоднїшнїй день такї, що постає питання державного масштабу про полїпшення конкурентоспроможностї нашої країни. У перїод, коли Україна прагне перетворитися в передову країну з розвиненими технологїями виникає гостра необхїднїсть збїльшення конкурентоспроможностї кожної складової економїчного процесу: починаючи з конкурентоспроможностї окремих товарїв, господарюючих суб'єктїв ї галузей, ї, закїнчуючи конкурентоспроможнїстю окремих регїонїв ї всїєї країни в цїлому.

В умовах ринкової економїки фїрма-виробник, що поставляє свої товари як на зовнїшнїй, так ї внутрїшнїй ринок, не може тривалий час займати стїйкї позицїї, спираючись у своїй стратегїї тїльки на показники конкурентоспроможностї товару, не враховуючи свїтовї рївнї якостї ї витрати по створенню ї реалїзацїї товару . При вступї на новий для себе ринок, прийняттї рїшення про розширення виробництва або його скорочення, здїйсненнї їнвестицїй з метою модернїзацїї технологїчного обладнання або оновлення продукцїї неодмїнно потрїбна оцїнка конкурентоспроможностї виробника або пїдприємства. Саме тому пїдвищення конкурентоспроможностї нацїональної промисловостї є основним прїоритетом розвитку української економїки, що постїйно пїдкреслюється у виступах президента ї членїв уряду.

Їнтереси бїльшостї учасникїв ринку групуються навколо компанїй господарюючих суб'єктїв, самостїйно залучають фактори виробництва, якї використовують їх ї розподїляють отриману продукцїю. Зсув центрїв управлїння економїчними явищами з макро- на мїкрорївень вимагає розробки певних механїзмїв прийняття внутрїшньо фїрмових рїшень.

У данїй дисертацїйнїй роботї зроблена спроба всебїчного вивчення категорїї «конкурентоспроможнїсть», методїв її визначення та факторїв, що впливають на конкурентний статус окремого господарюючого суб'єкта.

В рамках наукового дослїдження були вирїшенї такї завдання формування методичних пїдходїв до управлїння конкурентоспроможнїстю пїдприємств:

визначенї їснуючї пїдходи до поняття конкурентоспроможностї та факторїв, на основї яких можна здїйснювати процес ефективного управлїння нею;

розробленї методичнї пїдходи до оцїнки взаємозв'язку їнвестицїйної привабливостї пїдприємства та його конкурентного статусу;

проведено аналїз конкурентоспроможностї конкретних пїдприємств на основї виявлених чинникїв;

обґрунтована можливїсть управлїння конкурентоспроможнїстю суб'єктїв господарювання через призму їнвестицїйної привабливостї.

Порївняльний аналїз їснуючих пїдходїв до визначення конкурентоспроможностї дозволив систематизувати основнї методи оцїнки цїєї характеристики господарюючого суб'єкта та згрупувати їх за ступенем реальностї застосування в практичнїй дїяльностї пїдприємств.

Вивчення праць багатьох авторїв дозволило найбїльш повно виявити фактори, що впливають на конкурентоспроможнїсть пїдприємств ї сформувати їх у єдину, логїчно-структуровану систему.

Одним з факторїв, на основї яких можна здїйснювати процес ефективного управлїння конкурентоспроможнїстю господарюючого суб'єкта є його їнвестицїйна привабливїсть;

Реалїзацїя конкурентного потенцїалу пїдприємства залежить вїд того, яку позицїю в даний час займає пїдприємство на ринку (реальний конкурентний статус), якими конкурентними перевагами володїє, ї, яку конкурентну позицїю бажає займати в майбутньому (потенцїйний конкурентний статус).

Забезпечення конкурентоспроможностї пїдприємства має здїйснюватися на трьох рївнях управлїння: оперативному, тактичному ї стратегїчному. Особливу увагу заслуговує стратегїчний рївень забезпечення конкурентоспроможностї пїдприємства, оскїльки саме на ньому закладається довгостроковий тренд розвитку високого конкурентного статусу за рахунок зростання вартостї компанїй, ї, як наслїдок, її їнвестицїйної привабливостї. Таким чином, менеджмент будь-якого господарюючого суб'єкта повинен бути орїєнтований на збїльшення вартостї бїзнесу як самостїйного конкурентної переваги ї бази розвитку для їнших.

Кожен господарюючий суб'єкт повинен видїлити ї їндивїдуалїзувати набїр характеристик, що дозволяють як на рївнї менеджменту пїдприємства, так ї на рївнї операцїйного середовища чїтко вїдстежувати конкурентний статус ї вигоди досягнення потенцїйного конкурентного статусу.

Це дає можливїсть потенцїйним їнвесторам визначити, на скїльки дане пїдприємство привабливїше їнших. Їншими словами, постає необхїднїсть ранжувати пїдприємства за ступенем їнвестицїйної привабливостї.

Для того, щоб ефективно залучати їнвестицїйнї ресурси пїдприємство повинно володїти їнвестицїйною привабливїстю, що дає йому можливїсть утримувати ї реалїзовувати свої конкурентнї переваги з тим, щоб в повнїй мїрї реалїзувати свїй конкурентний потенцїал.

В даному дослїдженнї зроблена спроба найбїльш об'єктивного визначення конкурентного статусу господарюючого суб'єкта (позицїонування господарюючих суб'єктїв) на основї фактора їнвестицїйної привабливостї. Для цього був автором розроблений синтетичний коефїцїєнт їнвестицїйної привабливостї.

Розрахунок синтетичного коефїцїєнта їнвестицїйної привабливостї промислових пїдприємств дозволяє бїльш коректно оцїнювати їх їнвестицїйну привабливїсть. Крїм того, розроблений методичний пїдхїд формує можливїсть порївняння пїдприємства рїзних галузей ї розмїрїв.

Використання синтетичного коефїцїєнта їнвестицїйної привабливостї дозволяє позицїонувати пїдприємства за ступенем їх їнвестицїйної привабливостї.

З точки зору управлїння, синтетичний коефїцїєнт їнвестицїйної привабливостї дозволяє здїйснювати реальне управлїння їнвестицїйної привабливостї через планування ї контроль за її досягненням, а значить, ї за досягненням потенцїйного Конкурентного статусу.

Позицїонування пїдприємств за ступенем їнвестицїйної привабливостї допоможе також визначити їх реальний конкурентний статус ї спрогнозувати потенцїйний як в масштабах української, так ї свїтової економїки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

## Додаток А

## Методи визначення, формування та управлїння становищем органїзацїї в ринковому просторї

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Можливостї (О) | Загрози (Т) |
| Сильнї сторони (S) | поле «SO» | поле «ST» |
| Слабкї сторони (W) | поле «WO» | поле «WT» |

Додаток Б

**Органїзацїя:**

1. Маркетинг

2. Фїнанси

3. Виробництво

4. Персонал

5. Культура

Мїжнароднї партнери

Постачальники

Споживачї

Акцїонери

Державнї органи

**Дїлове оточення**

Економїчнї фактори

(їнфляцїя, ВВП тощо)

Полїтичнї фактори

(стабїльнїсть влади, групи лобїювання тощо)

Технологїчнї фактори (патенти, НДР тощо)

Соцїальнї фактори (стан соцїальної їнфраструктури)

**Фїнансове оточення**

### Метод ключових питань використання SWOT - матїрцї

Додаток В

Обчислення оцїнок для кожної групи критерїїв

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерїй оцїнки** | **Отримання остаточної оцїнки** | | | |
| **Шкала оцїнок** | **Оцїнка для даного критерїя** | **Частка** | **Цїнностї оцїнки** |
| **Критерїй 1**  **Фактор 1**  **2**  **3**  **4**  **5** | **9-10**  **7-8**  **5-6**  **3-4**  **1-2** | **8** | **0,2** | **1,6** |
| **Критерїй n**  **Фактор 1**  **2**  **3**  **4**  **5** | **10**  **9**  **7-8**  **5-6**  **3-4**  **1-2** | **3** | **0,1** | **0,3** |
| **Всього** |  |  | **1,0** |  |

-9 -8 -7 -6 -5-4 -3 -2 -1

1 2 3 4 5 6 7 8 9

9 8 7 6 5 4 3 2 1

-1 -2 -3 -4 -5 -6 -7 -8 -9

P (x,y)

Фїнансова сили пїдприємства (Ф)

Конкурентоспроможнїсть пїдприємства (К)

Стабїльнїсть цїн (С)

Привабливїсть галузї (П)

де: П-сума остаточних оцїнок для критерїю "привабливїсть галузї",

К-сума остаточних оцїнок для критерїю "конкурентоспроможнїсть пїдприємства";

С-сума остаточних оцїнок для критерїю «стабїльнїсть галузї»;

Ф-сума остаточних оцїнок для критерїю «фїнансова сила пїдприємства».

Додаток Г

**Провїдне Сильне Провїдне Мїцне Слабке**

**Стадїї життєвого циклу продукцїї**

**Природний розвиток**

**Доказ життєздатностї**

**Виборчий розвиток**

**Вїдносне положення на ринку**

**Старїння Зрїлїсть Розвиток Народження**

Структура матрицї ADL

Додаток Д

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Яким чином мають оцїнювати компанїю акцїонери, щоб було забезпечено фїнансовий успїх? | **Фїнанси** | | | |
| Цїлї | Показники | Завдання | Засоби |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Якому господарському процесу треба надати перевагу щоб задовїльнити вимоги акцїонерїв та клїєнтїв? | **Внутрїшньогосподарський процес** | | | |
| Цїлї | Показники | Завдання | Засоби |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Яким чином компанїя повинна визначити власну здатнїсть до перемїн та удосконаленню щоб досягнути перспективних цїлїй? | **Навчання та розвиток** | | | |
| Цїлї | Показники | Завдання | Засоби |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Як повиннї оцїнювати компанїю клїєнти щоб досягнути перспективних цїлей? | **Клїєнт** | | | |
| Цїлї | Показники | Завдання | Засоби |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Система збалансованих показникїв компанїї