

Спільним для кожного етапу розробки механізму управління фінансовою стійкістю є використання інструментів управління фінансовою стійкістю підприємства, тому при розробці схеми механізму управління доцільно було б вказати для кожного етапу процесу управління конкретний набір інструментарію, що може бути використаний. Отже, фінансова стійкість є якісною характеристикою фінансового стану підприємства і безумовно є однією з основних фінансових складових фінансової безпеки, тому є необхідність подальшої розробки механізму управління фінансовою стійкістю як частини загальної стратегії управління підприємством.

Сьогодні на підприємствах промисловості однією з головних проблем є відсутність цілісної стратегії, спрямованої на забезпечення стійкості фінансової і господарської діяльності підприємства та стійкого розвитку у перспективі.

**Висновки.** Одним з визначених завдань на сьогодні є забезпечення відносної фінансової рівноваги підприємства в процесі його розвитку. Така рівновага характеризується високим рівнем фінансової стійкості і платоспроможності підприємства і забезпечується формуванням раціональної структури майна та капіталу, ефективними пропорціями в обсягах формування фінансових ресурсів за рахунок різних джерел, достатнім рівнем самофінансування інвестиційних потреб. Формування механізму управління фінансовою стійкістю дозволить керівникам використовувати його для забезпечення стабільного функціонування та прогнозування розвитку підприємства в майбутньому.

Таким чином, за умови удосконалення фінансово-економічного механізму управління діяльністю підприємства стане можливим досягнення довгострокових цілей як самого підприємства, так і держави, а також стабілізація національної економіки та підвищення рівня конкурентоспроможності національної економіки на світовому ринку.

### Література

1. Пономаренко В.С. Механізм управління підприємством: стратегічний аспект. – Харків: Изд. ХГЭУ, 2002. – 252 с.
2. Мішина С.В. Організаційно-економічний механізм управління фінансовими ресурсами на підприємстві / С.В. Мішина, О.Ю. Мішин. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2006. – 176 с.
3. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: Навч. посіб. – К.: Знання, 2000. – 378 с.
4. Мамонтова Н.А. Фінансова стійкість акціонерних підприємств і методи її забезпечення (на прикладі підприємств харчової промисловості): Автореф. дис. ... к.е.н/ Інститут економічного прогнозування НАН України – К.: Науковий світ, 2001. – 17 с.
5. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – Минск: Новое знание, 2002. – 704 с.
6. Прокопишин Л.М. Механізм формування та використання управлінського потенціалу на підприємствах машинобудування // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 7. – С. 138-145.
7. Шандова Н.В. Розробка механізму управління стійким розвитком підприємств машинобудування // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 2. – С. 101-105.
8. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: Монографія. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 302 с.

Надійшла 16.11.2009

УДК 658.14/17 (477)

М. В. ЧУХРІЙ

Хмельницький національний університет

## ФІНАНSOVA КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇЇ СКЛАДОВІ

*У статті визначено сутність фінансової конкурентоспроможності підприємства. Запропоновано модель забезпечення конкурентоспроможності підприємства на основі інноваційного розвитку та інформатизації.*

*In the article certainly essence of financial competitiveness of enterprise. The model of providing of competitiveness of enterprise is offered on the basis of innovative development and informatization.*

*Ключові слова: конкурентоспроможність, фінансова конкурентоспроможність, оцінювання конкурентоспроможності, витрати, трансакційні витрати.*

**Вступ.** Сучасна інституційна теорія фірми, створена Р. Коузом, П. Друкером [1], О. Уільямсоном та ін., і розвинена в роботах економістів: Г.Б. Клейнера, А.Е. Шастіко та ін., – розглядає фірму як інститут, що дозволяє планомірно організувати виробництво товарів і послуг і на цій основі скоротити трансакційні витрати ринкового управління.

**Аналіз досліджень.** На цій основі у ряді публікацій досліджені шляхи реструктуризації підприємств [2], їх перетворення на сучасні фірми, виведення підприємств з фінансової кризи, системного аналізу і стратегічного планування їх розвитку. У роботах В.С. Кабакова, Г.А. Краюхіна та І.В. Лі відмічена роль фінансів в управлінні підприємством.

**Постановка завдання.** Особливий інтерес для управління підприємствами представляє логістико-орієнтоване проектування їх організаційно-економічної стійкості і конкурентоспроможності. В економічній літературі немає загальноприйнятого визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства». У ряді робіт вона практично зводиться до конкурентоспроможності товарів, під якою розуміється все те, що забезпечує підприємству переваги на ринку, сприяє його успішному збуту в умовах конкуренції. Проте таке визначення констатує лише і без того зрозумілу залежність збуту від конкурентоспроможності.

**Результати.** Під конкурентоспроможністю товару при цьому нерідко розуміють лише комплекс споживчих властивостей товару, відокремлюючи його від вартості. При цьому стверджується, що низька конкурентоспроможність веде до зниження цін на товари, а підвищення конкурентоспроможності обумовлює зростання цін. Таким чином, конкурентоспроможність товару ототожнюється з його якістю, яка включає технічний рівень, якість виготовлення, економічний ефект від використання товару та ін. Проте якість – лише один з аспектів конкурентоспроможності.

Визначення конкурентоспроможності товарів через їх ціну властиве прихильникам кваліметричної методології ціноутворення. Вона виходить з уявлення про ціну як про універсальну характеристику товару, в якій відбиваються всі його споживчі і мінові властивості. Тому відмінність властивостей конкуруючих товарів повинна виявлятися у відмінності цін, яка вимірює конкурентоспроможність товарів по відношенню один до одного. Проте сучасний, широко інформований споживач робить вибір серед деякої групи товарів-конкурентів на основі зіставлення не лише ціни і якості, але і рейтингу відповідної торгівельної марки. Він відображає не лише фінансову і технічну, але і соціальну конкурентоспроможність корпорації, її суспільну оцінку.

Не всі властивості виробів носять корисний для даного споживача характер. Він купує річ не для того, щоб її ремонтувати, заправляти паливом, забезпечувати електроенергією і нести інші експлуатаційні витрати, без яких не можна користуватися товаром і отримати бажаний ефект. Тому споживач прагне придбати такий товар, який вимагає якомога менше витрат часу і засобів для покупки, транспортування і використання товару за призначенням. Тим самим виділяються три групи параметрів конкурентоспроможності товару: його корисність (співвідношення ціни і якості); експлуатаційні витрати і соціально-екологічний ефект придбання і використання даного товару. За ними і відбувається порівняння конкуруючих товарів на ринку.

Виходячи з цього, конкурентоспроможність відображає його відміну від товару-конкурента за ступенем відповідності конкретним потребам, витратам на задоволення і соціальним очікуванням споживача. Оскільки споживчі властивості невід’ємні від вартісних характеристик товару, його конкурентоспроможність залежить від споживчих властивостей товару, його вартості і соціального рейтингу (престижу) компанії.

Наявність споживчих властивостей обумовлює ефективність споживання товару, його корисний ефект. Чим вищі споживчі властивості товару, його можливий корисний ефект і чим нижча ціна, тим вища здатність товару бути реалізованим в прийнятні терміни.

Співвідношення ціни до корисного ефекту товару в порівнянні з аналогічними показниками інших товарів дає уявлення про рівень його техніко-економічної конкурентоспроможності. Проте для корпорації бути конкурентоздатною означає не просто володіти здатністю протистояти конкуренції інших товарів по техніко-економічних параметрах, а перевершувати інші корпорації по соціальному рейтингу в даному регіоні.

Конкурентоспроможність – поняття складне, узагальнююче вплив продуктивності праці, ресурсоемкості, екологічності і відповідності соціальним очікуванням споживачів, включаючи умови використання робочої сили.

Конкурентоспроможність підприємства – його здатність зберігати і розширювати свої позиції на ринку товарів і послуг, що визначається конкурентоспроможністю продукції, технологією, організацією виробництва, праці і управління, фінансів. Відповідна структура складових конкурентоспроможності представлена на рис. 1.

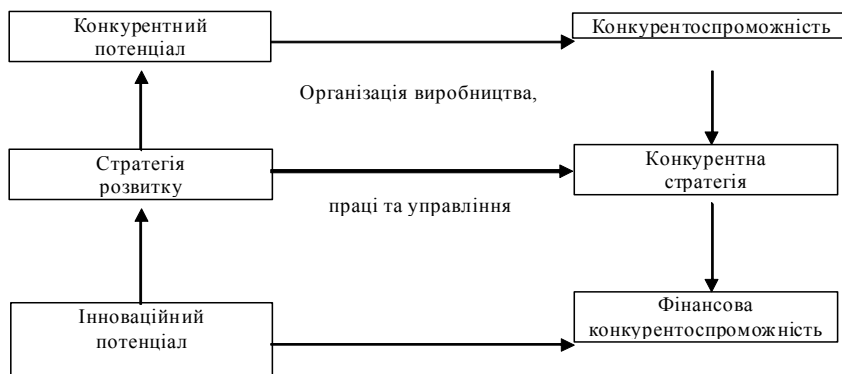


Рис. 1. Складові конкурентоспроможності підприємства

Оцінка конкурентоспроможності підприємства необхідна як для зовнішніх інвесторів, кредиторів, страховиків, державних органів, так і для самого підприємства. Вона є основою бенчмаркінга – порівняльної оцінки конкурентоспроможності підприємства і лідерів на даному сегменті ринку, на основі якої розробляються програми реструктуризації. Проблеми бенчмаркінга досліджені в роботах А.Н. Аренкова, Г.М. Багієва і ряду інших авторів.

В умовах глобалізації і формування постіндустріального суспільства зміст і форми конкуренції істотно змінюються. Конкурентні переваги фірми, особливо у сфері послуг, все більшою мірою залежать від гнучкості управління підприємством, ефективного злиття і поглинань, переходу від конфронтації до співпраці з конкурентами на основі альянсів. Головною конкурентною перевагою стає розвиток стосунків із споживачами. Бренд стає найважливішим активом фірми.

М. Портер, професор Гарвардської школи бізнесу, який розробив теорію конкурентних переваг фірми, відзначив, що відсутня загальноприйнята теорія, яка пояснює конкурентоспроможність. Запропоновані багаточисельні характеристики країн і фірм, і всі вважаються важливими, але не виділені найбільш істотні, не встановлений взаємозв'язок між ними. Портер пов'язує конкурентні переваги фірми з її кадровим потенціалом, якістю менеджменту, протекціоністською політикою уряду і так далі, підкреслюючи, що жоден з цих чинників окремо не визначає успіх фірми. Він пов'язаний з якнайповнішим і ефективнішим використанням конкурентного потенціалу, який визначається інноваційним кліматом на підприємстві.

В умовах глобалізації фірмі доводиться враховувати «новий хаос», який прийшов на зміну анархії ранніх стадій ринкового господарства. У цих умовах необхідні нові форми управління інноваціями і знаннями. Це стосується не лише великих корпорацій, але і середніх підприємств.

Для рівня фірми може бути запропонована модель забезпечення конкурентоспроможності за допомогою інноваційного розвитку. Інформатизація виробництва і управління, організаційні зміни розглядаються як неодмінна умова перетворення інноваційного потенціалу в конкурентний і його реалізація в конкурентоспроможності продукції, технології і фінансів стратегії розвитку, збалансованому ефективному управлінні інноваційним і фінансовим потенціалом (рис. 2).



Рис. 2. Модель забезпечення конкурентоспроможності підприємства на основі інноваційного розвитку та інформатизації

Для здійснення організаційних нововведень і перетворення конкурентного потенціалу (конкурентних переваг) у фактичну конкурентоспроможність особливе значення має система планування ресурсів (enterprise resource planning). Вона включає не лише комп'ютерні системи бухгалтерського обліку, але і облік, аналіз і планування всіх ресурсів підприємства на сучасній інформаційній основі. Це означає оцінку, планування, облік і аналіз всіх видів ресурсів – матеріальних, кадрових, інформаційних, науково-технічних (технологічних), фінансових і відповідних потоків, а також результатів, причому не лише по підприємству в цілому, але і по кожній структурній одиниці, сегменту ринку, інвестиційному (інноваційному) проекту, крупному замовленню (контракту).

**Висновки.** Конкурентоспроможність кращих компаній забезпечується, в основному, за рахунок постійно діючих чинників: передових технологій, розвиненої інфраструктури і корпоративної культури, зручних транспортних шляхів і близьких ринків збуту. Інноваційно-інформаційне забезпечення конкурентоспроможності українських фірм вимагає, перш за все, розвитку науково-технічного менеджменту, що пов'язав маркетинг, НДДКР, виробництво та інвестиції в єдину систему, орієнтовану на перспективні запити ринку.

## Література

1. Друкер П.Ф. Эффективный управляющий. – М.: Финансы и статистика, 1994. – 332 с.
2. Пратт Ш.П. Оценка бизнеса. Анализ и оценка закрытых компаний: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Ин-т эконом.развития Всемирного банка, 1994.

Надійшла 10.11.2009