

УДК 330.131.5:[005.332.4:658]

КОВАДЛО Катерина, аспірант кафедри менеджменту Київського національного університету технологій та дизайну;
БОКІЙ Володимир, к. т. н., професор кафедри менеджменту Київського національного університету технологій та дизайну

ЕКОНОМІЧНА СПРОМОЖНІСТЬ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто один із чинників конкурентного статусу – економічна спроможність, її структура. Запропоновано методи її підвищення через зниження собівартості. Представлено показники, які визначають потенціал і конкурентоспроможність потенціалу підприємства. Викладено методи їх розрахунку, що зведено в єдиний інтегральний показник економічної спроможності.

Ключові слова: конкурентний статус, економічна спроможність, собівартість, потенціал підприємства, конкурентоспроможність потенціалу підприємства.

Ковадло Е., Бокій В. Экономическая состоятельность как фактор конкурентного статуса предприятия. Рассмотрен один из факторов конкурентного статуса – экономическая состоятельность, ее структура. Предложены методы ее повышения за счет снижения себестоимости. Представлены показатели, определяющие потенциал и конкурентоспособность потенциала предприятия. Изложены методы их расчета, которые сведены в единый интегральный показатель экономической состоятельности.

Ключевые слова: конкурентный статус, экономическая состоятельность, себестоимость, потенциал предприятия, конкурентоспособность потенциала предприятия.

Постановка проблеми. Кожне підприємство має можливість змагатись на ринку за високий конкурентний статус. Нині технології, за допомогою яких підприємство може оцінювати свій поточний стан та виробляти ефективні і результативні стратегії майбутнього розвитку, зазнають значних змін. Постає питання про вибір інструментарію оцінки економічної спроможності підприємства (ЕСП), що дозволить оперативно визначати внутрішні можливості і слабкості підпорядкованої господарської одиниці, виявляти приховані резерви в цілях підвищення ефективності її діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття "економічна спроможність" почали вивчати відносно недавно, і на сьогодні не існує його чіткого та однозначного трактування. Оскільки економічна спроможність підприємства повністю залежить від його економічного потенціалу (ЕП), проблема визначення терміна "потенціал" завжди перебувала у центрі уваги вчених-економістів, серед них: О. Федонін,

І. Репіна, О. Олексюк, Л. Ревуцький, С. Мочерний, С. Струмилін, К. Воблий, В. Авдеєнко [1–6] та ін. Погляди вчених щодо сутності, структури та змісту ЕП підприємства досить різні.

Мета статті – сформулювати поняття "економічна спроможність", з'ясувати, які саме складові є її основою, та виокремити показники, що формують економічну спроможність підприємства як чинник його конкурентного статусу. Такий підхід дозволить у подальшому обґрунтовано визначити конкурентний статус підприємства, розробити механізм впливу та підвищення його рівня.

Матеріали та методи. Інформаційною базою статті є нормативно-правові акти, укази Президента України та постанови Кабінету Міністрів України, міністерств та інших центральних органів виконавчої влади стосовно обраної теми, матеріали науково-практичних конференцій і круглих столів, науково-методичні публікації, електронні ресурси мережі Інтернет, а також праці вчених з обраного напрямку.

Під час дослідження використано методи: діалектичний, дедукції, індукції, структурно-логічного аналізу – для вивчення й узагальнення теоретичних основ розробки стратегії підвищення конкурентного статусу, уточнення понятійного апарату, формування науково-методичних підходів до вирішення поставлених завдань; комплексний, системний та процесний підходи; економіко-математичні та економіко-статистичні – при розв'язанні задач оптимізації в управлінні та ін.

Результати дослідження. Результат конкурентної боротьби на ринку – високий конкурентний статус – значною мірою залежить від ступеня розвитку ЕСП. Здатність підприємства забезпечити виконання сформованої оптимальної стратегії за рахунок існуючого економічного потенціалу є його економічною спроможністю. Тобто ЕСП – наслідок активізації виявлення, використання та покращання його економічного потенціалу [7].

Таким чином, економічна спроможність підприємства – показник, що означає здатність підприємства використовувати економічний потенціал для досягнення поставлених цілей і завоювання передового статусу на ринку [7].

Ресурси підприємства, матеріали та інші витрати, що використовуються для виготовлення продукції, як складові потенціалу підприємства впливають на його економічну спроможність. Діяльність будь-якого суб'єкта господарювання починається з витрат, які є необхідною умовою функціонування підприємства. Потреба у вивченні витрат обумовлена тим, що вони – база для формування цінової політики підприємства. Нині продукція українських виробників має низьку конкурентоспроможність, що спричинено високими витратами на її виробництво. Крім того, деяка продукція вітчизняних товаровиробників значно поступається досягненням країн із розвинутою ринковою економікою. Все це вимагає від керівників значної уваги до питання

управління витратами, адже насамперед необхідно зрозуміти сутність витрат та ефективного управління ними.

Завдання промислового підприємства – максимізація прибутку та мінімізація витрат.

Розглянемо два основних підходи до зниження витрат, які набули широкого поширення в міжнародній практиці: таргет-костинг; кайзен-костинг.

Управління витратами з використанням концепції таргет-костингу застосовується здебільшого на стадії проектування нової продукції і передбачає виконання таких кроків:

- визначення ціни нової продукції, за якою покупці готові її придбати;
- визначення цільових значень прибутку і собівартості;
- розрахунок фактичної собівартості;
- порівняння фактичної собівартості з цільовою, розробка заходів, що дозволяють знизити фактичні витрати до заданого рівня [8].

Основна відмінність управління витратами за методом "кайзен" полягає в тому, що витрати знижуються по видах продукції, що вже випускається, за рахунок підвищення ефективності бізнес-процесів. Менеджмент визначає, на скільки повинні бути знижені витрати на випуск продукції, що виробляється. Після досягнення поставлених цільових значень витрат повноваження передаються безпосередньо виробничим підрозділам.

Для зниження у короткі терміни собівартості своєї продукції і в цілому витрат по компанії фінансовому директору потрібно послідовно виконати такі кроки: визначити, які статті витрат можуть бути скорочені; спільно з керівниками виробничих підрозділів скласти план зниження витрат і розподілити між менеджерами відповідальність за його виконання [1].

Враховуючи причини виникнення витрат (рис. 1), керівництво підприємства обирає, які саме витрати можна мінімізувати, та метод зниження собівартості продукції.



Рис. 1. Фактори виникнення витрат

Основу концепції таргет-костингу становить погляд на взаємозалежність ціни, собівартості та прибутку (рис. 2).

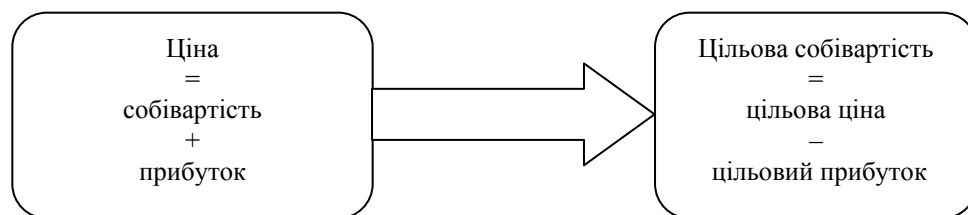


Рис. 2. Зміна погляду на формування витрат

Основною умовою для розрахунків є ціна, за якою можна здійснити продажі в планованих обсягах, і прибуток, зменшення суми якого позбавляє сенсу роботи над цим продуктом. Підсумок розрахунків – собівартість, якої необхідно дотриматись при розробці, виробництві і просуванні продукту. Крім того, у формулі з'явилося ключове слово "цільова", яке надає всім складовим елементам формули спрямований і мобілізуючий відтінок [9].

Таргет- і кайзен-костинг вирішують одне й те ж завдання, але на різних стадіях життєвого циклу продукту і різними методами: таргет-костинг – на стадії планування та розробки, а кайзен-костинг – на стадії виробництва. Обидві концепції призначені для зниження рівня окремих статей витрат і собівартості кінцевого продукту в цілому до певного прийняттого рівня. Разом ці системи дають підприємству велику конкурентну перевагу, що означає досягнення більш низького відносно конкурентів рівня собівартості і можливості вибрати зручну цінову політику для захоплення та утримання відповідних секторів ринку.

Підприємствам легкої промисловості слід приділити увагу кайзен-костингу, так як він використовується саме на підприємствах з довгим життєвим циклом продукції або в традиційних галузях промисловості.

Кожен виробничий процес розпочинається з планування продукції, що включає розрахунок витрат на сировину, матеріали та виробництво – це все є складовими потенціалу підприємства (рис. 3). Ціна на матеріали і виробництво товарів або послуг значно впливає на спроможність підприємства виготовляти ту чи іншу продукцію, отже, чим менші затрати, тим більше можливостей у підприємства щодо реалізації свого потенціалу. Оскільки потенціал підприємства визначено безпосередньою складовою економічної спроможності, зниження собівартості буде значно впливати на її рівень. Отже, ЕСП є основою для формування конкурентного статусу.

Проміжним етапом між встановленням конкурентного статусу підприємства і процесом підвищення економічної спроможності можна вважати визначення конкурентоспроможності потенціалу підприємства (КПП). Нині через збільшення кількості нових підприємств і організацій, появу безлічі різноманітних товарів та послуг вивчення конкурентоспроможності потенціалу є досить актуальним.

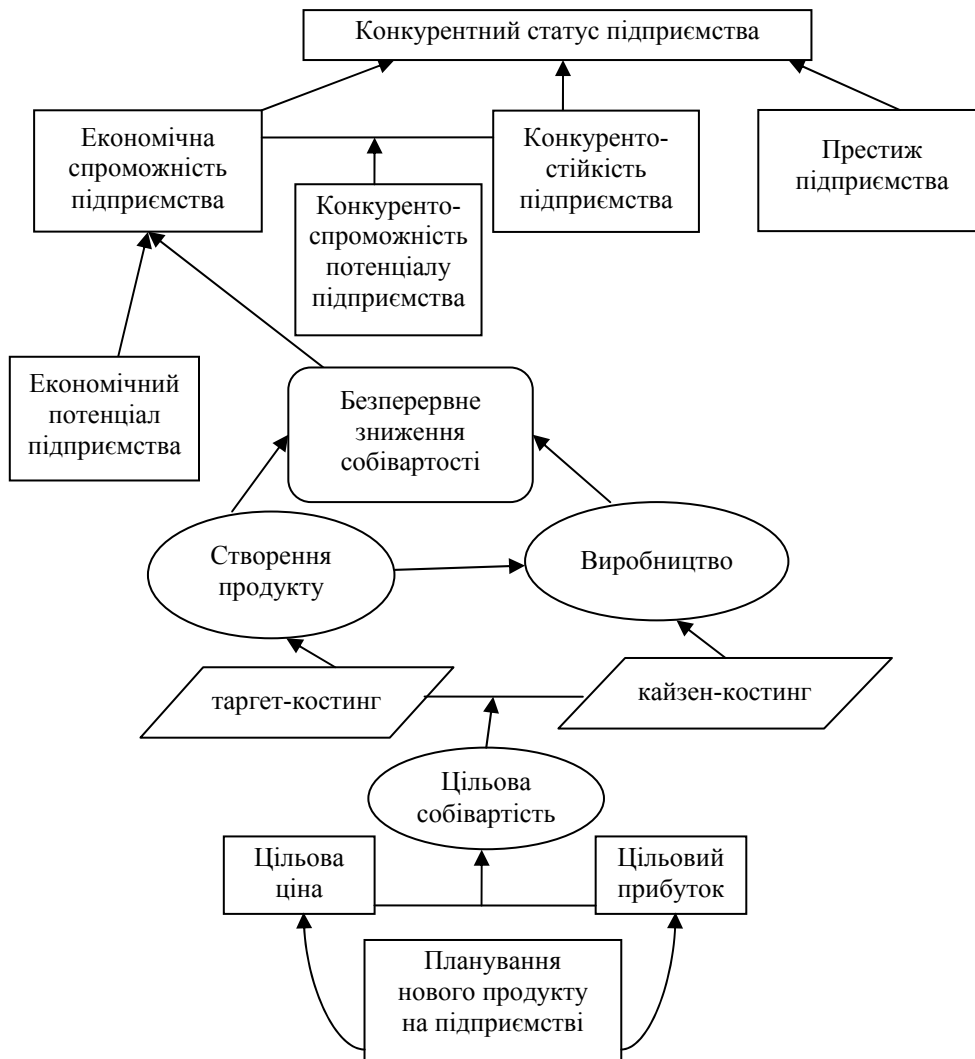


Рис. 3. Система формування конкурентного статусу на основі мінімізації витрат підприємств
(розроблено авторами [10])

Учені трактують конкурентоспроможність потенціалу підприємства як комплексну порівняльну характеристику, яка відображає рівень переважання сукупності показників оцінки можливостей підприємства, що визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу, відносно сукупності аналогічних показників підприємств-конкурентів [1].

КПП передбачає врахування взаємодії всіх його складових (виробництво, персонал, маркетинг, менеджмент, фінанси та ін.).

Науковці виокремлюють чотири рівні КПП [1].

Перший : організація апарату управління на підприємстві є внутрішньо нейтральним елементом потенціалу, зусилля зосереджені

на налагодженні випуску продукції, без огляду на проблеми конкурентоспроможності та задоволення потреб споживачів. Підвищення технологічного рівня і заміна конструкції вважаються недоцільними. Не беруться до уваги зміни ринкової ситуації та потреб споживачів.

Другий: підприємство намагається зробити виробничий елемент потенціалу "зовнішньо нейтральним". Це означає, що потенціал підприємства повинен повністю відповідати стандартам, встановленим його основними конкурентами. Якщо ж керівники підприємства сприймають конкурентні переваги інакше і не обмежуються загальними стандартами виробництва, то потенціал підприємства переходить до третього рівня.

Третій: на підприємствах виробнича складова потенціалу зазнає сильного впливу з боку складової управління, що сприяє її розвитку та вдосконаленню.

Четвертий: успіх у конкурентній боротьбі вже є функцією управління, а не функцією виробництва. Він починає залежати від якості й ефективності управління, організації виробництва. Підприємства опиняються попереду конкурентів протягом тривалого часу.

Підприємства, керівники яких приділяють більше уваги вдосконаленню методів управління, мають можливість швидше завоювати передовий конкурентний статус серед своїх конкурентів.

Таким чином, економічне зростання підприємства включає спроможність підприємства підвищувати свій конкурентний статус на ринку за допомогою конкурентної переваги, а конкурентна позиція є передумовою досягнення конкурентного статусу підприємством. Конкурентний статус визначає особливі й унікальні якості підприємства, є стабільним показником переваги над конкурентами за певними параметрами діяльності підприємства (в певній галузі). Конкурентоспроможність потенціалу створює передумови для досягнення передового конкурентного статусу за рахунок високого рівня управління виробництвом, персоналом, маркетингом, фінансами та іншими складовими ЕП підприємства.

Підвищення ЕСП є невід'ємним етапом процесу досягнення найвищого конкурентного статусу. Отже, керівники мають здійснювати пошук, активацію прихованих можливостей свого підприємства та їх вдосконалення, оскільки конкурентний статус є показником відповідності стратегії підприємства його потенціалу. Виходячи з наведеного, слід брати до уваги взаємозв'язок понять "конкурентний статус" та "економічна спроможність" (рис. 4).

Показники, що формують ЕСП, пропонується визначати за потенціалом підприємства та конкурентоспроможністю потенціалу підприємства.



Рис. 4. Зв'язок понять "економічна спроможність" та "конкурентний статус" (розроблено авторами)

На потенціал підприємства впливають такі фактори: використання ресурсів, використання праці, місткість ринку, дохідність, фондвіддача, коефіцієнт змінності машинного парку, продуктивність праці, коефіцієнт змінності робочої сили, зарплатовіддача, енерговіддача, ефективність технології виробництва, технологічна оснащеність виробництва, віддача інформаційних ресурсів, ефективність інформаційних ресурсів.

Економічну спроможність підприємства пропонується визначати за формулами:

Виробничий потенціал (ВП):

$$ВП = ФП + ОП + НП + ПТП.$$

Фондовий потенціал (ФП):

$$ФП = \Phi \cdot E_H,$$

де Φ – середньорічна вартість основних виробничих засобів;

E_H – нормативний коефіцієнт ефективності капітальних вкладень. Нормативний коефіцієнт ефективності визначається як відношення сукупного додаткового продукту до його сукупних основних оборотних виробничих фондів. У сучасних умовах розрахований коефіцієнт дорівнює 0.15.

Потенціал оборотних активів (ОП):

$$ОП = М \cdot К_M,$$

де М – річний обсяг матеріалів;

K_M – коефіцієнт витягу продукції з ресурсної маси, який визначається відношенням вартості матеріальних ресурсів, використаних на виробництво продукції, до загальної вартості матеріальних ресурсів, спожитих підприємством.

Потенціал нематеріальних активів (НП):

$$НП = \sum H_E \cdot E_H,$$

де H_E – експертна оцінка вартості нематеріальних активів та вартість землі, яка вираховується згідно з методикою, прийнятою на державному рівні.

Потенціал технологічного персоналу (ПТП):

$$ПТП = А \cdot Ч \cdot H_T,$$

де А – оцінка продуктивності живої праці;

Ч – середньорічна чисельність технологічного персоналу;

H_T – коефіцієнт реалізації потенціалу технологічного персоналу, що приймається на рівні нормативу ефективності капітальних вкладень.

Одиниця продуктивності живої праці (А):

$$А = ПП \frac{\Delta ФО}{\Delta ПП},$$

де ПП – продуктивність праці одного працівника;

$\Delta ФО$ – збільшення фондоозброєності праці одного працівника у базовому періоді;

$\Delta ПП$ – збільшення продуктивності праці одного працівника у базовому періоді.

Управлінський (УП), інноваційний (ІП), фінансовий (ФінП), маркетинговий (МП), науково-технічний (НТП), потенціал організаційної структури управління (ПОСУ), інформаційний (Пінф) та інфраструктурний (Пінфр) потенціали визначаються часткою витрат на їх формування за розрахунковий період.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства пропонується розраховувати за такими показниками:

конкурентоспроможність виробу (K_B):

$$K_B = \frac{Ц_{ВИРОБУ}}{Ц_{КОНКУР}},$$

де $Ц_{ВИРОБУ}$ – кінцева ціна виробу;

$Ц_{КОНКУР}$ – кінцева ціна аналогічного виробу конкурента;

конкурентоспроможність ресурсу (K_r):

$$K_r = \frac{R_{i,j}}{\max R_{i,j}},$$

де $R_{i,j}$ – показник окремого ресурсу підприємства;

$\max R_{i,j}$ – максимальне значення ресурсу серед усіх підприємств $j=1, \dots, n$;

Обсяг потенціалу підприємства та конкурентоспроможність підприємства – це інтегральні показники.

Потенціал підприємства (ПП) розраховується таким чином [2]:

$$ПП = ВП + ІП + ФінП + УП + МП + НТП + ПОСУ + Пінф + Пінфр,$$

де Пінф – частка витрат на формування інформаційного потенціалу, який забезпечує прийняття управлінських рішень та впливає на специфіку виробництва (зберігання, обробка, поширення);

Пінфр – частка витрат на формування інфраструктурного потенціалу, який забезпечує необхідні умови для діяльності основних підрозділів підприємства, задоволення соціальних потреб персоналу (необхідні цехи, служби, господарства);

конкурентоспроможність потенціалу підприємства (КПП):

$$КПП = K_B + K_r;$$

економічна спроможність підприємства (ЕСП):

$$ЕСП = ПП \cdot \gamma_i + КПП \cdot \gamma_i,$$

де γ_i – частка відповідного показника i ($i = 1, 2, 3 \dots n$).

Наведені показники зіставляються з аналогічними нормативними або фактичними показниками конкурентів.

Висновки. У статті надано визначення поняття "економічна спроможність", з'ясовано, які складові є її основою та виокремлено показники, що її формують. Конкурентний статус підприємства знач-

ною мірою залежить від економічної спроможності, яка складається з двох чинників: економічного потенціалу та конкурентоспроможності потенціалу підприємства. За результатами дослідження запропоновано підвищити економічну спроможність підприємства, і, як наслідок, його конкурентний статус завдяки зниженню витрат методом кайзер-і таргет-костинг. Розроблені рекомендації щодо досягнення економічної спроможності надають можливість у подальшому визначати рівень конкурентного статусу підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексик. — К. : КНЕУ, 2004. — 316 с.
2. Ревуцкий Л. Д. Потенциал и стоимость предприятия / Л. Д. Ревуцкий. — М. : Перспектива, 1997. — 286 с.
3. Мочерний С. В. Економічна теорія : посібник / С. В. Мочерний. — К. : Академія, 1999. — 592 с.
4. Струмилин С. Г. К вопросу об изменении народного благосостояния / С. Г. Струмилин // Вопросы статистики. — 1954. — № 5. — С. 12–28.
5. Воблий В. Г. Організація праці наукового працівника (методика і техніка) / В. Г. Воблий. — К. : Вид-во АН УРСР, 1947. — 150 с.
6. Авдеенко В. Н. Производственный потенциал промышленного предприятия / В. Н. Авдеенко, В. А. Котлов. — М. : Экономика, 1989. — 240 с.
7. Сидорець (Коваadlo) К. Л. Зв'язок між економічною спроможністю підприємства і його конкурентним статусом / К. Л. Сидорець (Коваadlo), В. І. Бокій // Вісн. Хмельниц. нац. ун-ту. — 2011. — № 5. — Т. 3 — С. 114–118.
8. Молвинський О. Як скоротити витрати [Електронний ресурс] / О. Молвинський // Фінансовий директор. — Режим доступу : <http://fd.ru/articles/21078>.
9. Анализ и пути снижения себестоимости продукции. — 2009 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.management.com.ua>.
10. Сидорець (Коваadlo) Е. Л. Факторы, формирующие конкурентный статус предприятия / Е. Л. Сидорець (Коваadlo), В. И. Бокій // Экономика и предпринимательство. — 2013. — № 12. — Ч. 3. — С. 578–581.

Стаття надійшла до редакції 30.10.2014.

Kovadlo K., Bokiyy V. Economic capacity as a factor of competitive status of an enterprise.

Background. Enterprises to assess their activities continue to use only standard techniques of financial analysis based on the calculation of various ratios of financial stability, solvency, etc. Many businesses have gained valuable information about their industrial and economic activities, but leaders and managers usually do not know how to use this information in the preparation of strategic management decisions.

The aim of the article. Development of tools for assessment of the economic capacity of the company that will quickly identify the internal capabilities and weaknesses of the subordinate entity and identify hidden reserves in order to improve its efficiency.

Materials and methods. The information base of the article are regulations, decrees of the President of Ukraine and the Cabinet of Ministers of Ukraine, ministries and other

central executive authorities on the chosen topic, proceedings of the conferences and roundtables, methodological publications, electronic network of Internet resources and work with scientists on chosen sphere.

During the research the following methods were used: dialectic, deduction, induction, structural and logical analysis - to study and summarize the theoretical foundations of the development of the strategy of increasing competition status, specification of the conceptual apparatus, the formation of scientific and methodological approaches to the task; complex, systematic and process approaches; economic and mathematical, economic and statistics – in solving optimization problems in management and others.

Results. The economic capacity of the enterprise is an indicator that shows the ability of the company to use economic potential to achieve its goals and gain advanced status in the market. Each manufacturing process begins with product planning, which includes the calculation of the cost of raw materials and production – all these are components of the potential of the company. The price of the materials and the production of goods or services has a significant impact on the company's ability to produce a particular product, so the lower the cost, the more opportunities the company has to implement its potential. Since the potential of the company is determined directly by the component of economic capacity, cost reduction will significantly influence its level.

Conclusion. Competitive status of the company largely depends on the economic capacity, which, in turn, consists of two factors: economic potential and competitive capacity of enterprises. The paper proposed to increase the economic capacity of the enterprise, and as a result, its competitive status, by reducing costs and by Kaiser and target costing. It also gives guidelines for achieving economic capacity – this will further determine the level of competitive status of the company.

Keywords: competitive status, economic ability, cost, potential enterprise competitive potential of the company.

REFERENCES

1. Fedonin O. S. Potencial pidpryjemstva: formuvannja ta ocinka : navch. posib. / O. S. Fedonin, I. M. Rjepina, O. I. Oleksyk. — K. : KNEU, 2004. — 316 s.
2. Revuckij L. D. Potencial i stoimost' predprijatija / L. D. Revuckij. — M. : Perspektiva, 1997. — 286 s.
3. Mochernyj S. V. Ekonomichna teorija : posibnyk / S. V. Mochernyj. — K. : Akademija, 1999. — 592 s.
4. Strumilin S. G. K voprosu ob izmenenii narodnogo blagosostojanija / S. G. Strumilin // Voprosy statistiki. — 1954. — № 5. — S. 12–28.
5. Voblyj V. G. Organizacija praci naukovogo pracivnyka (metodyka i tehnik) / V. G. Voblyj. — K. : Vyd-vo AN URSSR, 1947. — 150 s.
6. Avdeenko V. N. Proizvodstvennyj potencial promyshlennogo predprijatija / V. N. Avdeenko, V. A. Kotlov. — M. : Jekonomika, 1989. — 240 s.
7. Sydorec' (Kovadlo) K. L. Zv'jazok mizh ekonomichnoju zamozhnistju pidpryjemstva i jogo konkurentnym statusom / K. L. Sydorec' (Kovadlo), V. I. Bokij // Visn. Hmel'nyc. nac. un-tu. — 2011. — № 5. — T. 3 — S. 114–118.
8. Molvyns'kyj O. Jak skorotyty vytraty [Elektronnyj resurs] / O. Molvyns'kyj // Finansovyj dyrektor. — Rezhym dostupu : <http://fd.ru/articles/21078>.
9. Analiz i puti snizhenija sebestoimosti produkcii. — 2009 [Elektronnij resurs]. — Rezhim dostupu : <http://www.management.com.ua>.
10. Sidorec (Kovadlo) E. L. Faktory, formirujushhie konkurentnyj status predprijatija / E. L. Sidorec (Kovadlo), V. I. Bokij // Jekonomika i predprinimatel'stvo. — 2013. — № 12. — Ch. 3. — S. 578–581.