

УДК 336.67

Е.В. Демидько

Тихоокеанский государственный университет, Хабаровск, email: evgdem@yandex.ru

ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Ключевые слова: финансовые результаты, рентабельность собственного капитала, операционная деятельность, конкурентоспособность.

Целью данной статьи является изучение взаимосвязи финансовых результатов деятельности предприятия с его конкурентоспособностью. Основными методами исследования явились: содержательный анализ работ известных экономистов прошлого по проблематике данной статьи; анализ иерархии условий и факторов, формирующих финансово-экономические результаты деятельности предприятия. В статье утверждается, что применительно к уровню субъектов предпринимательской деятельности, достижение относительно высокой конкурентоспособности для отдельного предприятия при прочих равных условиях возможно только при наличии преимуществ в основных аспектах его деятельности, которые сегодня часто называют операционными. Причем это должно быть не разовое достижение, а непрерывное, долгосрочное и поступательное состояние преимущества. В целом, мероприятия, требуемые для формирования положительной динамики как маркетинговых, так и технологических коэффициентов не столь явные, как в случае с экономическими коэффициентами. Они должны основываться на более детальном анализе возможных вариантов, включающие как положительные, так и отрицательные последствия, для чего необходимы экспертные подходы, учитывающие мнения различных специалистов в области деятельности предприятия. Предложенная в статье иерархия критериев конкурентоспособности, позволяет сделать прозрачной и наглядной систему взаимосвязей при формировании финансовых результатов в зависимости от изменения операционных результатов деятельности предприятия.

E. V. Demidko

Pacific national University, Khabarovsk, email: evgdem@yandex.ru

FINANCIAL PERFORMANCE OF THE COMPANY AND COMPETITIVENESS

Keywords: financial results, return on equity, operating activities, competitiveness.

The purpose of this article is to study the relationship between the financial performance of an enterprise and its competitiveness. The main research methods were: a meaningful analysis of the works of famous economists of the past on the problems of this article; an analysis of the hierarchy of conditions and factors that shape the financial and economic results of an enterprise. The article argues that, with regard to the level of business entities, achieving relatively high competitiveness for an individual enterprise, all other things being equal, is possible only if there are advantages in the main aspects of its activities, which today are often called operational. Moreover, this should not be a one-time achievement, but a continuous, long-term and progressive state of advantage. In general, the measures required to generate positive dynamics of both marketing and technological coefficients are not as obvious as in the case of economic coefficients. They should be based on a more detailed analysis of possible options, including both positive and negative consequences, which requires expert approaches that take into account the opinions of various specialists in the field of enterprise activity. The hierarchy of competitiveness criteria proposed in the article makes it possible to make a transparent and visual system of relationships in the formation of financial results depending on changes in the operational results of the enterprise.

Конкуренция – хорошо известная категория экономической науки, введенная в оборот достаточно давно еще первыми исследователями в этой области и имеющая в настоящее время множество разнообразных определений и трактовок, сфера применения которых распространилась, помимо экономики, на уже практически все сферы человеческого познания: от истории и социологии до биологии

и физиологии. Такая широта применения указанного понятия скрывает ту сущность конкуренции, на которую указывали в своих работах основатели экономической науки. С целью устранения этого, взаимосвязь конкуренции, выраженной в конкурентоспособности, с финансовыми результатами деятельности предприятия будет основываться на работах известных экономистов прошлого.

Цель исследования

Цель исследования – изучение взаимосвязи финансовых результатов деятельности предприятия с его конкурентоспособностью.

Материалы и методы исследований

Основными методами исследования явились: содержательный анализ работ известных экономистов прошлого по проблематике данной статьи; анализ иерархии условий и факторов, формирующих финансово-экономические результаты деятельности предприятия.

Этимологически «конкуренция» восходит к латинскому «concurrentia», обозначающему «столкновение», «соствязание» – это поведенческая трактовка этой категории, которая изначально воцарилась в литературе экономической тематики. Аналогичную интерпретацию конкуренции можно встретить также в работах М. Портера, рассматривавшего поведение конкурирующей фирмы [1, с. 89-92].

Впервые наиболее цельно теоретические положения о конкуренции и силах, движущих ее, появились в середине 18 века в работе Адама Смита, представляющего классическую политическую экономическую науку, который понимал конкуренцию как честное, без сговора соперничество между субъектами рынка. Ключевым способом конкурентной борьбы ему представлялось варьирование цены товаров и услуг [2, с. 44-45].

К. В. Фенин в своей работе отмечает [3], что Д. Рикардо вложил значимый вклад в теории глобальной конкуренции, выдвинув идею о выгодах от международной торговли от продуктовой специализации стран в тех отраслях, где у них есть преимущества в затратах.

Волошин А. В. и Александров Ю. Л. констатируют, что А. Маршалл указывал на важность равновесной цены, являющейся результатом конкурентной борьбы между субъектами рынка, способствующей оптимальному разделению труда и эффективности экономики [4].

К. Маркс рассматривал конкуренцию исходя из закона стоимости, утверждая, что закон стоимости регулирует цены производства, а конкуренция капиталов в разных отраслях производства создает их цену, уравнивающую нормы прибыли в разных отраслях [5, с. 203-204].

Существенное отличие в рассмотрении конкуренции внес Й. Шумпетер. Анализ его работ **Таранухой Ю. В.** показал, что, по мнению Й. Шумпетера конкуренция основывается на нововведениях: она может быть эффективной, только если стимулирует введение новшеств [6].

Результаты исследования и их обсуждение

В целом, применительно к уровню субъектов предпринимательской деятельности, исследования указанных выше и других ученых обосновывали, что достижение относительно высокой конкурентоспособности для отдельного предприятия при прочих равных условиях возможно только при наличии преимуществ в основных аспектах его деятельности, которые сегодня называют операционными. Причем это должно быть непрерывное, долгосрочное и поступательное состояние преимущества. По нашему мнению, для этого необходимо осуществлять стандартный в таких ситуациях поход:

1. Определить критерии для оценки операционных преимуществ, которые, по сути, будут являться критериями операционной конкурентоспособности (далее – критерии конкурентоспособности). Причем если сводные критерии высшего уровня здесь могут быть типовыми и универсальными, то их нижние детализированные уровни должны учитывать экономическую и операционную специфику деятельности предприятия.

2. Создать систему периодического мониторинга и анализа динамики изменения всей иерархии критериев конкурентоспособности.

3. На основе результатов п. 2 регулярно формировать комплекс мероприятий по повышению конкурентоспособности операционных направлений деятельности предприятия с последующей их реализацией и оценкой результативности и эффективности предпринятых действий.

В качестве критериев конкурентоспособности следует выбирать такие, повышение которых обуславливает достижение главной цели деятельности предприятия на рынке товаров и услуг – прибыли. Однако для собственников

рыночных субъектов важен (при прочих равных условиях) не абсолютный или относительный уровень прибыли, а уровень дохода на единицу вложенных собственных средств – сколько копеек получает собственник на один вложенный рубль. Именно это и считал К. Маркс причиной и источником межотраслевых перетоков капиталов, рассматривая конкуренцию, и утверждая, что закон стоимости регулирует цены производства, а конкуренция капиталов создает их цену, уравнивающую нормы прибыли

в различных отраслях. Такой показатель называется рентабельностью собственного капитала (далее – РСК), который рассчитывается как отношение прибыли предприятия после уплаты процентов за заемные средства и налогов к объему собственного капитала. Именно поэтому в дальнейшем система критериев конкурентоспособности будет основываться с ориентацией на РСК.

На рисунке 1 представлена структурно-аналитическая схема РСК, построенная на основе формулы Дюпона.

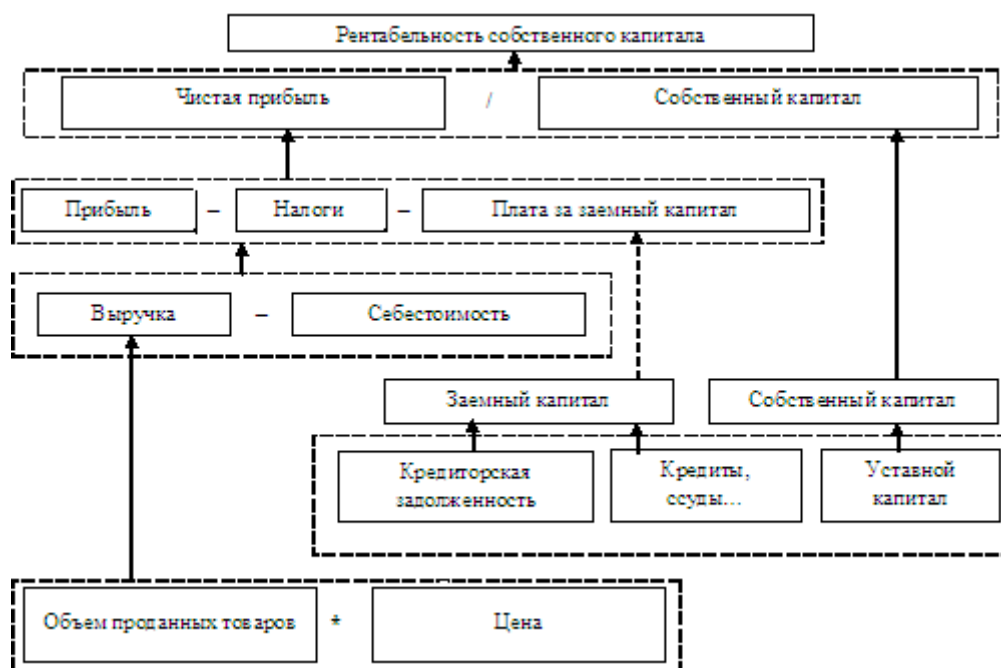


Рис. 1. Структурно-аналитическая схема РСК на основе формулы Дюпона [7, с. 94]

Таблица 1

Анализ показателей

Показатель	Чем определяется	Корреляция с РСК
Объем проданных товаров и услуг	1. Расчетно: количеством и ценой проданных товаров и услуг. 2. Фактически: количеством и ценой проданных товаров и услуг за вычетом дебиторской задолженности.	Положительная
Прямые затраты	Материало– и трудоемкостью производства товаров и услуг, налоговой нагрузкой	Отрицательная
Косвенные затраты		Отрицательная
Кредиторская задолженность	1. Договорными отношениями с поставщиками. 2. Объемом доходов и прибыли, так как их недостаточный объем не позволяет выполнить обязательства по платежам.	Отрицательная
Кредиты, ссуды	См. п. 2 для кредиторской задолженности	Отрицательная
Уставной капитал	1. Законодательными актами РФ. 2. Финансовыми возможностями собственников. 3. Направлениями использования чистой прибыли	Отрицательная

Таблица 2

Метод расчета критериев по товарам/услугам за период

Критерий	Метод расчета
Коэффициент изменения объема продаж по видам	(Объем продаж за предыдущий период – Объем продаж за текущий период) / Объем продаж за текущий период
Коэффициент просроченной дебиторской задолженности по видам	Объем просроченной дебиторской задолженности / Объем дебиторской задолженности
Коэффициент прямых материальных затрат	Прямые материальные затраты / Объем продаж
Коэффициент косвенных материальных затрат	Косвенные материальные затраты / Объем продаж
Коэффициент прямых трудовых затрат	Прямые трудовые затраты / Объем продаж
Коэффициент косвенных трудовых затрат	Косвенные трудовые затраты / Объем продаж
Коэффициент просроченной кредиторской задолженности	Объем просроченной кредиторской задолженности / Объем кредиторской задолженности
Коэффициент пополнения уставного капитала	Объем чистой прибыли направленной на пополнение уставного капитала / Чистая прибыль

Таблица 3

Пояснения к критериям экономической конкурентоспособности

Критерий	Пояснение
Коэффициент изменения объема продаж по видам товаров	Снижение продаж приводит к снижению прибыли
Коэффициент изменения объема продаж по видам услуг	
Коэффициент просроченной дебиторской задолженности	Повышение коэффициента снижает фактическую выручку предприятия
Коэффициент прямых материальных затрат	Повышение коэффициентов увеличивает себестоимость, что непосредственно приводит к уменьшению прибыли
Коэффициент косвенных материальных затрат	
Коэффициент прямых трудовых затрат	
Коэффициент косвенных трудовых затрат	
Коэффициент просроченной кредиторской задолженности	Повышение просроченной кредиторской задолженности может привести к штрафным санкциям, что непосредственно сказывается на прибыли
Коэффициент пополнения уставного капитала	Повышение уставного капитала снижает РСК, а также исключает использования части прибыли, направляемой на пополнение уставного капитала, на сокращение кредитной задолженности

Таблица 4

Мероприятия по формированию положительной динамики коэффициентов

Критерий	Мероприятия
Коэффициент просроченной дебиторской задолженности	Корректировка принципов работы с группами потребителей с просроченной дебиторской задолженностью
Коэффициент прямых материальных затрат	Анализ причин повышения материальных и трудовых затрат на основе данных управленческого (бухгалтерского) учета и разработка программ (мероприятий) по предотвращению их возникновения в будущем
Коэффициент косвенных материальных затрат	
Коэффициент прямых трудовых затрат	
Коэффициент косвенных трудовых затрат	
Коэффициент просроченной кредиторской задолженности	Погашение задолженностей. Корректировка договорных отношений с поставщиками и другими субъектами
Коэффициент пополнения уставного капитала	Корректировка приоритетных направлений использования прибыли

Таблица 5

Укрупненные критерии для направлений

Услуги мобильной связи и интернета	Продажа средств связи и аксессуаров
Маркетинговые параметры	
Цена пакетов	Цена товаров
Ассортимент пакетов	Ассортимент товаров
Реклама	Реклама
Накопительные бонусы и скидки	Накопительные бонусы и скидки
Качество личного обслуживания	Качество личного обслуживания
Доступность	Доступность
Востребованность	Востребованность
Технологические параметры	
Качество связи	Гарантийный сервис

Таблица 6

Метод расчета маркетинговых критериев конкурентоспособности

Критерий	Метод расчета
Общие для услуг связи и интернета и продаж средств связи и аксессуаров	
Коэффициент цены	Цена КОМПАНИИ / Аналогично у конкурента
Коэффициент ассортимента	Кол-во ассортиментных позиций у конкурента / Аналогично у КОМПАНИИ
Коэффициент рекламы	Бюджет рекламы по сегменту у конкурента / Аналогично у КОМПАНИИ
Коэффициент бонусов и скидок	Максимально возможные скидки и бонусы по сегменту у конкурента / Аналогично у КОМПАНИИ
Коэффициент качества обслуживания	Количество обоснованных жалоб и претензий по сегменту у КОМПАНИИ / Аналогично у конкурента
Коэффициент доступности	Количество точек продаж у конкурента в районе / Аналогично у КОМПАНИИ
Индивидуально для услуг связи и интернета	
Коэффициент востребованности услуг	Количество проданных sim-карт конкурентом / Аналогично у КОМПАНИИ
Для услуг продаж средств связи и аксессуаров	
Коэффициент востребованности аксессуаров	Объем продаж конкурента / Аналогично у КОМПАНИИ

Таблица 7

Детализация технологических параметров по направлениям

Качество связи для услуги мобильной связи и интернета	Гарантийный сервис для продаж средств связи и аксессуаров
Устойчивость соединения	Срок гарантии
Скорость передачи данных	Доступность и срок гарантийного сервиса
Зона покрытия	Возможность возврата товара

Таблица 8

Метод расчета технологических критериев конкурентоспособности

Критерий	Метод расчета
Качество связи для услуги мобильной связи и интернета	
Коэффициент покрытия	Процент площади в регионе, охваченной связью у конкурента / Аналогично у КОМПАНИИ
Коэффициент устойчивости	Количество сбоев соединения абонентов у КОМПАНИИ / Аналогично у конкурента

продолжение табл. 8

окончание табл. 8	
Коэффициент скорости	Скорость передачи данных у конкурента / Аналогично у КОМПАНИИ
Гарантийный сервис для продаж средств связи и аксессуаров	
Коэффициент срока гарантии	Срок гарантии у конкурента / Аналогично у КОМПАНИИ
Коэффициент доступности сервиса	Количество точек приема в ремонт у конкурента в районе / Аналогично у КОМПАНИИ
Коэффициент срока ремонта	Срок ремонта у КОМПАНИИ / Аналогично у конкурента
Коэффициент возврата товара	Количество отказов в возврате у КОМПАНИИ / Аналогично у конкурента

Как видно из рисунка 1, конкретное значение рентабельности собственного капитала определяется конкретными финансово-экономическими показателями. Проведем анализ этих показателей с учетом того, что себестоимость включает прямые и косвенные затраты (см. табл. 1).

Исходя из таблицы 1, сформируем перечень финансово-экономических показателей следующего иерархического уровня, которые могут быть использованы для разработки критериев конкурентоспособности по товарам/услугам за период:

1. Количество проданных товаров/услуг по их видам.
2. Цена проданных товаров/услуг по их видам.
3. Объем дебиторской задолженности по видам товаров/услуг.
4. Прямые затраты на производство товаров/услуг по их видам.
5. Косвенные затраты на производство товаров/услуг по их видам.
6. О б ъ е м к р е д и т о р с к о й задолженности.
7. Объем просроченной кредиторской задолженности.
8. Чистая прибыль.
9. Объем чистой прибыли направленной на пополнение уставного капитала.

В таблице 2 приводится метод расчета критериев. Это показатели конкурентоспособности верхнего уровня.

Общим для представленных в таблице 2 коэффициентов является то, что их рост ведет к снижению и прибыли, и РСК, что поясняется в таблице 3.

Исходя из таблицы 3 можно выделить мероприятия, которые будут способствовать формированию их положительной динамики. Стандартные

мероприятия по отдельным коэффициентам указаны в таблице 4.

Для пропущенных коэффициентов (снижение объема продаж по видам товаров/услуг) необходимо рассмотрение операционных аспектов работы предприятия для конкретной сферы деятельности. В качестве примера возьмем предприятие, предоставляющее услуги сотовой связи и продаже соответствующих аксессуаров (далее – КОМПАНИЯ). Для таких предприятий характерны определенные специфические маркетинговые и техникоэкономические особенности, которые во многом определяют уровень продаж:

- владение «базовыми средствами» (оборудование сети, замена которого сопряжена с техническими или экономическими трудностями, номерной массив, радиочастотный спектр);
- экономия, обусловленная полным циклом (вертикальная экономия);
- возможности перекрестного субсидирования одних услуг через другие;
- инертность клиентов.

С целью провести дальнейший анализ более тщательно, ограничим его двумя направлениями, которые приносят в совокупности наибольший доход – это предоставление услуг мобильной связи и Интернета; продажа средств связи и аксессуаров.

В таблице 5 представлены укрупненные критерии оценки по указанным направлениям в разрезе маркетинговых и технологических параметров функционирования на рынке.

Для того, чтобы разработать объективные и практически применимые маркетинговые критерии оценки на основе указанных в таблице 5 параметров, необходимо сначала провести их сегментацию, так как для разных рыночных сегментов

требования потребителей отличаются. Может, например, применяться принцип сегментации по связке параметров «ассортимент-цена, при этом будут выделены несколько сегментов, по которым и целесообразно проводить анализ. Для этого предлагается использовать маркетинговые критерии, приведенные в таблице 6. Принцип здесь тот же, что и для экономических критериев: каждый из указанных коэффициентов при их повышении прямо или косвенно ведет как снижению чистой прибыли, так и РСК КОМПАНИИ.

Указанные в таблице критерии не нуждаются в специальных пояснениях, так как из метода их расчета ясна основная задача. Источники маркетинговой информации для проведения оценки могут быть самые разные: статистические данные о продажах; прайс-листы; средства массовой информации; каталоги, проспекты, выставочные экземпляры, другие рекламные материалы; годовые отчеты фирм, мнения экспертов и покупателей и т.д.

Теперь рассмотрим подходы для разработки критериев конкурентоспособности на основе технологических параметров работы. Для этого необходимо

сначала их детализировать, так как в таблице 5 они представлены в интегрированном виде (табл. 7).

С учетом детализации технологических параметров, указанных в таблице, методы расчета соответствующих критериев конкурентоспособности представлены в таблице 8.

Выводы

В целом, мероприятия, требуемые для формирования положительной динамики, как маркетинговых, так и технологических коэффициентов не столь явные, как в случае с экономическими коэффициентами. Они должны основываться на более детальном анализе возможных вариантов, включающие как положительные, так и отрицательные последствия, для чего необходимы экспертные подходы, учитывающие мнения различных специалистов в области деятельности предприятия.

Вместе с тем, предложенная иерархия критериев конкурентоспособности, позволяет сделать прозрачной и наглядной систему взаимосвязей при формировании финансовых результатов в зависимости от изменения операционных результатов деятельности предприятия.

Библиографический список

1. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. 2-е изд. М.: Литрес, 2016. 603 с.
2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Литрес, 2022. 1776 с.
3. Фенин К.В. Интерпретация классических теорий территориально-отраслевого разделения труда и международной торговли // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия «Экономика. Управление. Право». 2017. Т. 17, Вып. 2. С. 148-156. DOI: 10.18500/1994-2540-2017-17-2-148-156.
4. Волошин А.В., Александров Ю.Л. Эволюция теорий конкуренции и конкурентоспособности в экономической науке // Фундаментальные исследования. 2017. № 4-2. С. 330-338.
5. Маркс К. Капитал: критика политической экономии / сочинение Карла Маркса; пер. с нем., фр., англ.: Ин-т марксизма-ленинизма при ЦК КПСС. 2-е изд. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. 1083 с.
6. Тарануха Ю.В. Шумпетерианская конкуренция как генератор перемен // Вестник Московского университета. Сер. 6, Экономика, 2017. № 5. С. 3-20.
7. Демидько Е. В. Структура и алгоритмы интеллектуальной системы тестирования в цифровой образовательной платформе // Современные наукоемкие технологии. 2022. № 8. URL: <https://top-technologies.ru/ru/article/view?id=39272> (дата обращения: 04.10.2024). DOI: 10.17513/snt.39272.