

## ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, внешние факторы, влияющие на устойчивость развития предприятия, инструменты повышения конкурентоспособности.

**Аннотация.** Заинтересованность компаний в результатах своей деятельности усиливает необходимость повышения конкурентоспособности, что требует системной организации работы всех служб и подразделений хозяйствующего субъекта. Конкурентоспособность выступает важнейшим фактором обеспечения экономической безопасности субъекта, т.е. его выживания в «суровых условиях действительности», что особенно актуально как при воздействии негативных внешних факторов, например, во время мирового кризиса, так и в благоприятных условиях для обеспечения устойчивого развития компании. Эта проблема, например, актуальна для энергетических компаний в условиях завершившейся реструктуризации отрасли, разделения по видам деятельности, создания предпосылок для конкуренции в рыночных сферах: генерации, сбыте, сервисных услугах и т.д.

Взаимосвязи потенциала, конкурентоспособности и эффективности организации представлена на рисунке 1. От конкурентоспособности организации стрелки идут не только к прибыльности, но и к остальным показателям ее состояния и развития, т. е. в состав стратегии повышения конкурентоспособности организации должны включаться и эти показатели как один из результатов комплексной работы.

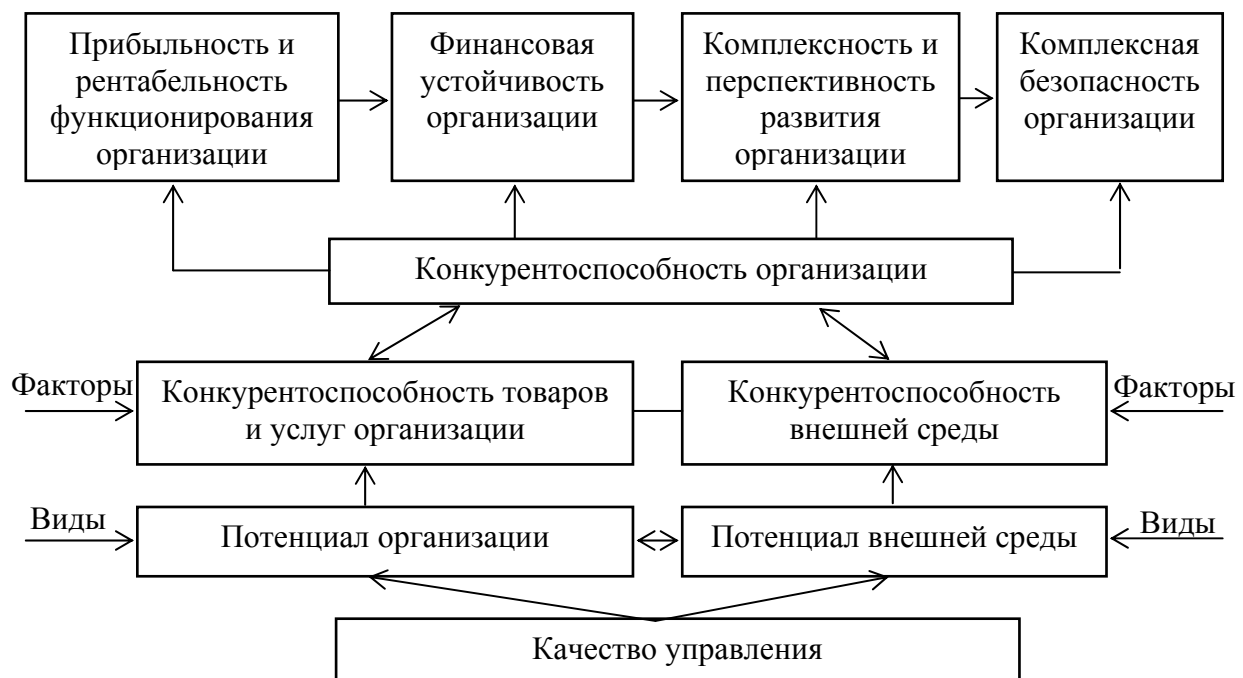


Рис.1. Взаимосвязи потенциала, конкурентоспособности и эффективности организации

Конкурентоспособность - это определяемый показатель, характеризующий финансовую устойчивость компании к изменениям внешней среды, а также эффективность деятельности компании.

Для определения местоположения компании на поле показателей конкурентоспособности необходимо применять современные методы экономического анализа компании и производить исследования конкурентов и рынка в целом, которые позволят с допустимой точностью определить значение конкурентных преимуществ компании на занимаемом (или планируемом для захвата) сегменте рынка.

В теории экономического анализа разработаны и успешно используются на практике методы факторного анализа (при прямом факторном анализе исследование ведется дедуктивным способом - от общего к частному) хозяйственной деятельности крупных предприятий. С применением этого метода стандартно решается задача определения вклада каждого подразделения в совокупный показатель компании.

Далее, стандартным методом обратного факторного анализа (обратный факторный анализ осуществляет исследование причинно-следственных связей способом логичной индукции - от частных, отдельных факторов к обобщающим) можно рассчитать необходимые изменения в деятельности каждого подразделения в случае задания желаемого значения интегрального показателя конкурентоспособности.

Таким образом, в руках у менеджмента компании может появиться инструментарий, строящийся на основе **комплексного финансового анализа компании**, позволяющий моделировать и оценивать динамичные процессы для выработки показателей конкурентоспособности компании.

Процесс повышения уровня конкурентоспособности в зависимости от параметров внутреннего состояния компании выстраивается по следующему алгоритму.

Первое. Выработка системы финансовых показателей (или интегрального показателя) конкурентоспособности компании.

Второе. Определение факторов, влияющих на конкурентоспособность компании.

Третье. Выбор желаемого положения компании на рынке через задание планового интегрального показателя конкурентоспособности компании.

Четвертое. Расчет и определение необходимых изменений во внутренней структуре и внутреннем взаимодействии для достижения желаемого интегрального показателя конкурентоспособности компании.

Пятое. Оценка необходимых затрат на проведение мероприятий по изменению структуры управления и взаимодействия. В случае невозможности проведения необходимых затрат следует смена желаемого значения интегрального показателя конкурентоспособности компании и проведение новых расчетов.

Указанный алгоритм носит итерационный характер, что связано с необходимостью поиска оптимального решения структуры управления и внутреннего взаимодействия.

Возможности компании в сфере обеспечения конкурентоспособности его товаров (работ, услуг) зависят от внутренних и внешних факторов. В рыночной экономике во внешней среде постоянно происходят изменения. Одна часть этих процессов открывает благоприятные возможности для организации, другая (чаще), наоборот, создает для него трудности и ограничения. Для управления конкурентоспособностью товаров необходимо уметь предвидеть как потенциальные помехи (угрозы), так и открывающиеся перспективы (возможности), нужно знать сильные и слабые стороны компании. [2]

Потенциальными угрозами компании являются:

- появление новых конкурентов;
- рост продаж товара или услуг-заменителей;

- усиление давления со стороны покупателей и поставщиков;
- изменение потребностей и вкусов покупателей;
- неблагоприятная политика государства.

Также, среди возможных причин снижения конкурентоспособности организация можно выделить следующее:

- недостаточную степень адаптации компании к рыночным условиям;
- ослабление внутриотраслевой конкуренции (развитие олигополии, сохранение монополизма, правительственные субсидии);
- отсутствие четких стратегических установок и пассивную финансовую стратегию компании, ограничивающую его инновационно-инвестиционную активность, сдерживающую внедрение как новых технологий и производств, так и принятие мер по улучшению качества товаров/услуг;
- недостаточный финансовый потенциал во многих компаниях;
- высокий уровень морального и физического износа оборудования;
- высокая энерго-, металло- и материалоемкость производимой продукции;
- затратный подход к ценообразованию и обеспечению роста объемов производства.

На конкурентоспособность компании, конкуренцию большое влияние оказывает внешняя среда.

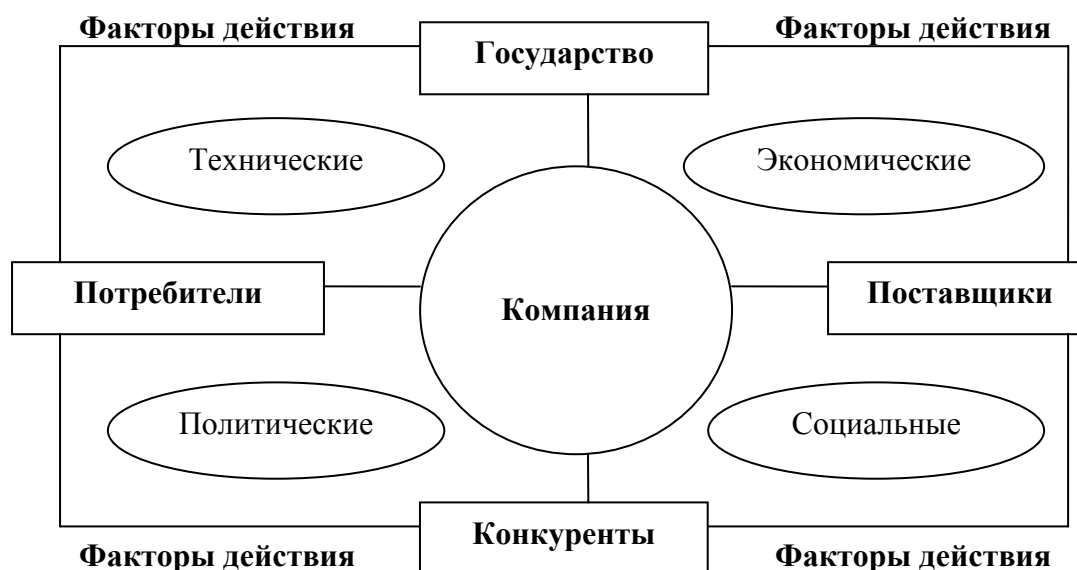


Рис. 2. Основные факторы внешней среды компании:

- - факторы косвенного воздействия
- - факторы прямого воздействия

Государство является фактором прямого воздействия на конкурентоспособность компании (рис. 2), рассмотрим подробнее государство, как регулятора конкурентоспособности компании в РФ.

Регулирование государством конкурентоспособности достигается с помощью правовых документов, основные из них:

- Федеральный закон Российской Федерации от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ “О защите конкуренции”;
- Федеральный закон Российской Федерации от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ “О рекламе”.

В настоящее время (с 9 марта 2004 года) органом регулирующий конкуренцию в РФ признается Федеральная антимонопольная служба (ФАС России), которая, в свою

очередь, является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору за соблюдением законодательства о конкуренции на товарных рынках и на рынке финансовых услуг, о естественных монополиях, о рекламе, а также изданию в пределах своей компетенции индивидуальных правовых актов в установленной сфере деятельности.

Основными направлениями обеспечения устойчивости развития отечественных компаний и товаров являются: [3]

- адаптация компаний к внешней среде и прежде всего к рынку;
- использование инновационных подходов с целью повышения эффективности использования трудовых, материальных, нематериальных и финансовых ресурсов, формирующих конкурентные преимущества компаний;
- создание конкурентной среды в отраслях, разработка организациями конкурентных стратегий и периодическое их обновление;
- формирование спроса на определенный товар и потребностей населения, которые компания может удовлетворить;

Главной задачей данной работы было подбор финансовых инструментов повышения конкурентоспособности компании, поэтому для её решения были определены и комплексно рассмотрены финансовые инструменты необходимые в работе по повышению конкурентоспособности компании.

Основными финансовыми инструментами повышения конкурентоспособностью компании являются:

1. Финансовое планирование (разработка финансового плана, нормативов, бюджетирование и т.д.); [4]

2. Финансовый анализ, который затрагивает такие области управления финансовой деятельности как:

- Управление оборотными средствами;
- Анализ и управление финансовыми результатами;
- Управление денежным оборотом;
- Повышение эффективности (рентабельности) активов; [5]

3. Управление финансовыми рисками; [6]

Так как эффективное функционирование финансов в компании организует финансовый менеджмент, то именно этому звену компании отводится особая роль в повышении конкурентоспособности компании.

**Финансовый менеджмент** (управление финансами) – это система эффективного управления процессами финансирования хозяйственной деятельности коммерческой организации, являющаяся неотъемлемой составной частью общей системы управления хозяйствующего субъекта.

Любую концепцию финансового менеджмента можно определить как обоснованный набор правил построения системы управления финансами организации. Объединяющим началом для подобного набора правил является цель, которая ставится перед финансовым менеджментом. Поэтому финансовые концепции традиционно рассматривают в зависимости от целей управления финансами.

К наиболее известным концепциям финансового менеджмента, не потерявшим актуальность и сегодня, можно отнести следующие (рис. 3).

Каждая из указанных концепций представляет собой отдельное направление управления финансами, поэтому в организации параллельно должны применяться сразу несколько концепций — для каждого направления финансовой деятельности.

Современный уровень экономического развития отдельной организации приводит к необходимости разработки интеграционных концепций, которые включают сочетания различных направлений управления финансами.

Название концепции	Основная цель управления финансами
Построение модели оценки доходности финансовых активов	Максимизация эффективности инвестиционного портфеля (достигающаяся как минимизация риска при максимизации доходности)
Концепция оптимальной структуры капитала	Оптимизация соотношения эффективностей источников финансирования и направлений их использования
Концепция анализа финансового состояния	Поддержание на заданном уровне основных соотношений, характеризующих финансовое состояние хозяйствующего субъекта
Концепция управления затратами	Повышение эффективности и обоснованности затрат

*Рис. 3 Концепции финансового менеджмента*

В качестве примера интеграционной концепции финансового менеджмента можно сослаться на Теорию максимизации ценности фирмы (WealthMaximizationTheory). Разработчики этой теории исходили из того, что в качестве обобщающего критерия эффективности принимаемых решений финансового характера должен рассматриваться показатель, удовлетворяющий следующим условиям:

- базироваться на прогнозировании доходов владельцев (акционеров) компании;
- быть обоснованным, ясным и точным;
- быть приемлемым для всех аспектов процесса принятия управленческих решений, включая поиск источников средств, собственно инвестирование, распределение доходов (дивидендов).

В рамках рассматриваемой концепции было принято решение, что этим условиям в большей степени отвечает критерий максимизации собственного капитала, точнее — рыночной цены обыкновенных акций организации. Кроме того, для достижения указанной цели управление финансами должно проводиться по трем основным направлениям:

- инвестиционная политика;
- управление источниками финансирования;
- дивидендная политика.

Следует отметить, что теория максимизации ценности фирмы разработана и применяется в основном в корпоративном управлении. В случае использования этой концепции организациями с более простой структурой управления при сохранении основной цели возникнет необходимость изменить направления управления финансами, например:

- управление источниками финансирования;
- оптимизация затрат;
- мониторинг и поддержание оптимального уровня финансового состояния организации.

Роль финансового менеджмента заключается в повышении эффективности использования финансовых ресурсов организации, что приводит к повышению конкурентоспособности компании и реализуется через следующие функции субъекта управления финансами:

- прогнозирование финансовых состояний (ситуаций);
- планирование финансовой деятельности;
- регулирование денежного оборота;
- учет затрат и результатов производственной, инвестиционной и финансовой деятельности;

- анализ и оценка эффективности использования и вложения капитала;
- контроль за расходованием и поступлением денежных средств на всех этапах производственно-коммерческого цикла.

Эти положения актуальны для реальной практической деятельности энергетических компаний, работающих в разных секторах отрасли (генерация, передача электроэнергии, сбыт, сервисное обслуживание и т.д.). Для крупных компаний (ОГК, ТГК, ОАО «ФСК ЕЭС», ОАО «Холдинг МРСК» и др.) это имеет значение не только в повседневной деятельности, но и при реализации крупных инвестиционных программ компаний.

Система управления состоит из следующих взаимосвязанных функций:

- финансового планирования;
- финансового учета;
- финансового анализа;
- принятия управленческих решений в области финансовых отношений.

Структурно систему управления финансовой деятельностью компании можно представить как взаимодействие двух подсистем: управляемой (объекта управления) и управляющей (субъекта управления).

Основным объектом управления является оборот организации как непрерывный поток денежных выплат и поступлений. Управлять денежным оборотом означает планировать и прогнозировать объем и интенсивность поступления и расхода денежных средств как на ближайшую, так и на долгосрочную перспективу.

Финансовое планирование невозможно без учета данных, поставляемых бухгалтерским учетом и финансовой отчетностью, без анализа всех существенных сторон и условий сложившегося денежного оборота организации, процесса кругооборота всего капитала, движения финансовых ресурсов, состояния финансовых отношений организации со всеми участниками коммерческого дела.

По своему содержанию управление финансовой деятельностью сводится к процессу выработки управляющих воздействий на движение финансовых ресурсов и капитала с целью повышения эффективности их использования и приращения.

Субъектом управления, т.е. управляющей подсистемой финансового менеджмента, является финансовый менеджер. Субъект управления решает следующие задачи:

- мобилизация финансовых ресурсов для расширенного воспроизводства, повышения рентабельности, роста рыночной стоимости организации;
- разработка и реализация финансового бюджета организации;
- контроль использования финансовых ресурсов, ускорения оборачиваемости оборотных средств;
- выполнение обязательств перед бюджетом, банками, другими хозяйствующими субъектами и т.д.

Финансовый менеджмент, как уже говорилось ранее, должен обеспечивать эффективное управление финансами в компании, в том числе применять финансовое планирование, а также производить разработку и реализацию финансового бюджета организации. Таким образом, можно рассмотреть **финансовое планирование** как один из основных инструментов повышения конкурентоспособности и средство эффективного использования финансовых ресурсов компании.

Основная задача планирования – поиск и выбор наиболее выгодного и финансово устойчивого варианта бюджета фирмы.

*Финансовый план* – комплексный план функционирования и развития компании, составляемый в стоимостном выражении и охватывающий товарно-материальные ценности, финансовые потоки всех структурных подразделений, отражая их

взаимосвязь и взаимозависимость.

Основные задачи финансового планирования:

1. Обеспечение необходимыми финансовыми ресурсами производственной, инвестиционной и финансовой деятельности предприятия;
2. Определение путей эффективного вложения капитала, оценка степени его рационального использования;
3. Выявление внутривладельческих резервов увеличения прибыли за счет экономного использования денежных средств;
4. Установление рациональных финансовых отношений с бюджетом, обслуживающими банками и контрагентами;
5. Соблюдение интересов акционеров и других инвесторов;
6. Контроль за финансовым состоянием, платежеспособностью и кредитоспособностью предприятия.

**Бюджетирование** - эффективный инструмент планирования компании. Планирование будет эффективным только при правильной оценке всех видов доходов и расходов, вносимых в бюджет компании.

Следующей функцией финансового менеджмента является управление финансовыми ресурсами организации, в том числе регулирование, нормирование и контроль над ними, ведь эффективное управление финансовыми ресурсами организации – один из основных финансовых инструментов повышения устойчивости развития компании.

Необходимым финансовым инструментом повышения конкурентоспособности компании, а также регулирующей и контрольной функцией финансового менеджмента является **финансовый анализ**.

Одной из методик анализа финансового состояния организации является коэффициентный анализ. Финансовые коэффициенты – это относительные показатели финансового состояния компании, выражающие отношения одних абсолютных финансовых показателей к другим, их удобно использовать для сравнительного анализа и оценки динамики финансового состояния организации.

В анализе финансового состояния выделяют следующие группы финансовых показателей:

- Коэффициенты рентабельности;
- Коэффициенты рыночной устойчивости;
- Коэффициенты ликвидности;
- Коэффициенты платежеспособности.

Также используется вертикальный и горизонтальный анализ активов компании.

Методику и форму расчета показателей приведена в литературе [3] и таблицах методов расчета, планирования и прогнозирования основных финансовых показателей деятельности организации, приводимых ниже.

После детального рассмотрения вопроса, можно сделать вывод, что финансовые инструменты повышения конкурентоспособности компании играют одну из главных ролей в организации работы по обеспечению конкурентоспособности и устойчивости развития компании. Без четко сформулированной финансовой стратегии, разработанной финансовой политики, использовании эффективного финансового планирования, эффективного управления финансовыми ресурсами, с учетом риска, детального анализа и контроля за финансовыми показателями компании нельзя обеспечить положительные результаты по повышению конкурентоспособности компании.

Основой современного механизма повышения конкурентоспособности компаний и товаров является многофункциональная и комплексная система взаимодействия

управления активизацией эффективной инвестиционной деятельностью, постоянной адаптацией компании к внешней среде и повышением эффективности использования материальных, трудовых, интеллектуальных и финансовых ресурсов.

### Литература

1. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. М.: Маркет ДС, 2008.
2. Дьяков А.Ф., Жуков В.В., Максимов Б.К., Молодюк В.В., Менеджмент и маркетинг в электроэнергетике, МЭИ, Москва, 2007.
3. Войцеховская И. А. Системный подход в управлении конкурентоспособностью организации, 2006.
4. Паламарчук А.С., Экономика предприятия, ИНФРА-М, 2003.
5. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л., Финансы организаций, Эксмо, Москва, 2007.
6. Антипов М.В., Управление финансовыми рисками функционирования генерирующих компаний на рынке электроэнергии и мощности России, Иваново, 2007.
7. Пещанская И.В. Методические указания к практическому заданию на тему: «Сравнительный анализ политики заимствований компаний». Москва, 2006.
8. Зинкович Я.Э. Совершенствование системы управления оборотными средствами предприятия, Москва, 2006 год.
9. Шуляк П.Н., Финансы организации, “Дашков и Ко”, 2002.
10. Шеремет А.Д., Финансы предприятия, ИНФРА-М, 1999.
11. Литовских Г.М., Финансовый менеджмент, ТРТУ, 1999.

**Keywords:** competitiveness, the external factors influencing stability of development of the enterprise, tools competitiveness increase.

**Summary.** Interest of the companies in results of the activity strengthens necessity of increase of competitiveness that demands the system organization of work of all services and divisions of the managing subject. Competitiveness acts as the major factor of maintenance of economic safety of the subject, i.e. its survival in «severe conditions of the validity» that is especially actual as at influence of negative external factors, for example, during world crisis, and in favorable conditions for maintenance of a sustainable development of the company. This problem, for example, is actual for the power companies in the conditions of the come to the end re-structuring of branch, division by kinds of activity, creation of preconditions for a competition in market spheres: generation, sale, service services etc.