

SAT-2G.404-2-EM-07

Competitive potential and its management

Miroslav N. Ganchev

Конкурентен потенциал и управлението му

Мирослав Ганчев

Competitive potential and its management. *The report is an attempt to classify different factors and their impact on the competitive potential of the company. An attempt to find a link between competitive potential, realization of investment projects and financial potential. Significant impact on the growth of competitive potential has financial potential*

Key words: *economic potential competitive potential, strategy, financial potential factors enterprise and others.*

ВЪВЕДЕНИЕ

Основният източник за получаването на печалба в условията на конкурентна среда в едно предприятие е производството и реализацията на продукцията и услуги на нашия и чужд пазар, в основата на която лежи принципът на ограничеността на ресурсите и ефективното използване на необходимата съвкупност от ресурси.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Мнението на известни учени е, „...че съществен качествен и количествен ръст на стопанския субект е възможен само на основата на намиране на нови и много ефективни комбинации и използване на цялото многообразие от ресурси.“[3]

Съществуват три различни фактора, осигуряващи ръст на конкурентоспособността на бизнеса: вътрешни, външни и временни.

Към вътрешните фактори може да се отнесат следните: наличие на съвременна система за пласмент на продукцията, постоянно провеждане на научно-изследователски изследвания, които са насочени към усъвършенстване на производството и удовлетворяване на изискванията на потребителите за асортимент, качество и количество на продукцията, наличие на високо квалифициран персонал, наличие на качествена организационна структура. „В същото време резултатите от неправилния избор и построяване на организационната структура на управление, като правило, остават небалансираните интереси и отсъствието на ефективни механизми за взаимодействие на вътрешните елементи на стопанския субект помежду си и външната среда“ [4] За целта се изследва нивото на конкурентоспособност на следните вътрешни фактори: обем на продажбите, комплексната работа с клиентите, създаването и поддържане на необходимата база-данни за потенциалните бъдещи и настоящите клиенти, увеличаване обмена на информация от и за клиентите, качествен преход към индивидуална работа с клиентите и др. В условията на конкуренция, нестабилна и отрицателна външна бизнес среда, предприятието се нуждае от стратегически ефективно развитие, във връзка с което е нужно и необходимо финансиране на процесите. Финансирането на определени производства и научни изследвания се явява инструмент за достигането на стратегическите цели на предприятието, осигуряване на конкурентоспособност, контрол и анализ на дейността му. „Управлението на себестойността трябва да включва комплекс от мероприятия, насочени към ефективно и рационално използване на всички фактори на производство.“[5]

Към външните фактори се отнасят следните: връзка с доставчиците на суровини и материали и с ползвателите на стоките и услугите, позициониране на търговската марка на съществуващите пазари и експанзия на нови, възможност за привличане на

външно финансиране на приемлива цена и финансова привлекателност на предприятието, контакти на висшето ръководство с утвърдени финансови институции, състоянието на инфраструктурата, където се намира предприятието и т.н. „Под временни фактори, осигуряващи ръст на конкурентоспособността на бизнеса, ние разбираме скоростта, с която стопанския субект е способен да създаде необходимите активи или да ги усъвършенства.“[5] Посочената класификация намира приложение в големите предприятия и обединява в една стратегия трите фактора, което осигурява стабилна позиция и предимства на пазара. Такава стратегия може да е: ориентирана към иновативни технологии, които са патентовани и регистрирани като интелектуална собственост за производството на конкурентна продукция и създаване на изследователски центрове за разработване и; организиране на структура за контрол, управление и организация на производство, която да реагира при проблеми; ориентиране към клиента с цел задоволяване на потребностите му, оптимизиране на бизнес-процесите на основата на използване на информационни технологии; наличие на висококвалифициран персонал и постоянната му подготовка и усъвършенстване, формиране на финансов потенциал или възможност да се привличат инвеститори и др. Освен посоченото към момента е нужно да имаме предвид субективните и обективни фактори, които в определен момент могат да окажат негативно влияние на конкурентоспособността. Като такива може да се споменат намаляване на производителността на труда в следствие на износване на оборудването, липсата на квалифициран персонал, липсата на инвестиции в производството, липсата на ефективна организационна структура, влошаване на финансовото състояние на предприятието и др. Субективните фактори са свързани със: снижаване на производителността на труда в следствие наличието на трудности от различен характер, които забавят процесите и липсата на развита корпоративна култура на стопанския субект, която е непривлекателна и не мотивира работещите, липсата на рентабилност и ефективност в резултат от извършените разходи, снижаване на производителността на труда в следствие на грешки в управленския апарат и избор на недалновидна и погрешна стратегия, снижаване скоростта на обръщаемост на оборотните средства в следствие на влошаване на макроикономическата обстановка в страната и повишаване на вътрешната задлъжнялост между предприятията и др. Стратегията за повишаването на конкурентоспособността на стопанския субект трябва да осигури водещи позиции на пазара, представяне на комплекс от мероприятия за развитие, ликвидиране влиянието на негативните фактори от обективен и субективен характер.

Развитието на предприятието е непосредствено свързано с привличането на допълнително финансиране. „С други думи, това означава, че в повечето случаи наличния паричен поток е недостатъчен (или изисква значителни временни разходи, свързани с акумулирането на необходимия обем платажни средства), за да осигури по нататъшното му развитие в това число и на основата на реализацията на инвестиционни проекти.“[6] Съгласно Закона за счетоводството в състава на привлечения капитал влизат заемите, кредитите, задълженията и финансиранятията.[1] „Кредитите се отпускат от банкови институции, които в настоящия момент са затегнали системата за отпускане на кредити, което е вследствие на световната икономическа криза. Задълженията са друг начин за привличане на капитал и неговото използване, защото всяко предприятие в даден момент от време дължи пари на банките, на бюджета, на фирмите доставчици, на персонала, които се явяват източник на финансиране. Те могат да са в законоустановения срок или да не бъдат, за което се дължат лихви.“[2]

Под финансова конкурентоспособност разбираме способността на стопанския субект да финансира своето устойчиво развитие и да осигури адекватна за дадената сфера приложение на инвестициите, увеличаване на рентабилността, увеличаване на стойността на бизнеса и съответно съхранение и развитие на

конкурентоспособността. Финансовият потенциал е част от икономическия потенциал и представлява възможността да се финансира развитието на предприятието и осигуряване с необходимите ресурси. „Под финансово-икономически потенциал като съставна част от икономическия потенциал ние разбираме съвкупността от финансови и инвестиционни възможности на стопанския субект, позволяващи му да осъществява ефективна оперативна и инвестиционна дейност, насочена към развитието на ключови фактори на конкурентоспособност.“[5] Финансовата стабилност на предприятието се определя от съотношението между собствените и заемни средства.

Успешното реализиране на инвестиционните проекти и намерения оказват благотворно и огромно влияние за нарастването на икономическия и конкурентния потенциал, последният, от които е в пряка зависимост от финансовата конкурентоспособност и е причина за увеличаване на паричните потоци в предприятието. Върху финансовата устойчивост на предприятието оказва влияние съотношението между собствен и заеман капитал. За дейността на предприятието е жизнено важно да може ускорено да се въведат най-новите достижения в техниката и ефективно използване на ограничените му ресурси. Всичко това зависи от финансовите възможности и организация на производство. А възможностите за финансиране от самите собственици са ограничени и са от печалбата на предприятието, или от привличане на допълнителни средства и увеличаване на капитала от собствениците. „Под оптимална капиталова структура се разбира онази структура, при която средната претеглена цена на капитала е минимална, а пазарната стойност на предприятието е максимална. Съществуват и класически правила за поддържане на определени съотношения и пропорция между имуществото на фирмата и неговия капитал.“ [2]

Използването на средства на самото предприятие не дава възможност за неговото развитие в бъдеще и води до намаляване на конкурентоспособността му и основната възможност остава външното финансиране с цел увеличаване мащаба на неговата текуща дейност с увеличаване на оборотния капитал и за качествено реализиране на инвестиционните проекти и намерения. „В практиката се използват и други форми на финансиране, а именно лизинг и факторинг. Широко се използва лизинга като начин на предоставяне на дългосрочни активи, които ползвателят заплаща за тях определена цена, в случая рента, която се договаря между лизингодателя и лизингополучателя, който е задължен да се грижи като добър владеец на активите. Лизингът позволява първоначалната инвестиция да е пониска, което облекчава финансово фирмите без да се правят големи инвестиции. Факторингът представлява форма на изкупуване на вземанията на даден клиент, гарантиране на рисковете и краткосрочно кредитиране. Както установихме, капиталът на фирмата има различни източници, което ни дава право да го третираме като ресурс като всички останали ресурси на фирмата и като всеки ресурс си има цена в зависимост от източниците, от които се получава.“ [2]

Понятието „bankability“ е често използвано понятие и в буквален превод е „да бъдеш пригоден банката да ти отпусне кредит“ или предприятието трябва да отделя внимание на своята финансова привлекателност. Основните инструменти за финансиране дейността на предприятието си остават класическите или техните комбинации, а именно кредитиране с ипотека или залог на дълготрайни активи, лизинг, продажба на акции или допълнително емитиране на борсата нови акции, облигации и др. Съществуват и класически правила за поддържане на определени съотношение и пропорция между имуществото на фирмата и неговия капитал. Най-често се използват статични правила за финансиране, а именно вертикални и хоризонтални. „...Ф.Хофмастер предлага на финансовите мениджъри т.нар. „златно правило“. Съгласно правилото краткотрайните активи на фирмата се покриват от

собствения капитал и краткосрочни кредити, а дълготрайните активи от собствен капитал и дългосрочни кредити. Целта е ускорение на оборота на фирмената дейност и висока ликвидност, които са гаранция за положителни финансови резултати. Дълготрайните активи на предприятието са гаранция пред кредиторите за ипотекване и залог при кандидатстване за кредит в определен размер. Цената на собствения капитал се определя като отношение между чистата печалба на фирмата към величината на собствения капитал на фирмата в лева и като отношение между дивидента, който собствениците на капитала очакват да получат към пазарната цена /курс/ на една акция в лева.“[2] Съгласно Мерзлов „...за разработването на ефективна стратегия за повишаване на конкурентоспособността на финансово-инвестиционния потенциал на стопанския субект е свързан с отчитане на традиционните показатели за финансова устойчивост, рентабилност и ликвидност, а също и анализ на потенциала и динамика на формиране на инвестиционните ресурси е явно недостатъчна. Такава стратегия задължително се допълва с инструментите, насочени към повишаване на „bankability“ на стопанския субект. При определянето на приоритетните сфери на инвестиране, анализът на ефективността на използване на производствено-финансовите ресурси на стопанския субект е с цел понататъшно определяне на неговите инвестиционни потребности...”[5]

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изводът, който се налага от посоченото е, че особено внимание трябва да се отделя на търсенето и формиране на резерви за повишаване на финансовата конкурентоспособност като фактор за повишаване на общата конкурентоспособност. Под резерв следва да се разбира потенциалните възможности на предприятието да използва своя собствен капитал и неразпределената печалба. А под резерви за привличане на заеман капитал се разбира наличието на потенциалните възможности на предприятието да привлича кредити и лизинги и др. За нарастване на конкурентния потенциал съществено влияние оказва неговата финансова съставляваща, а именно финансовия потенциал.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] ЗАКОН ЗА СЧЕТОВОДСТВОТО-Обн.ДВ.бр.98 от 16 Ноември 2001г., в сила от 01.01.2002г., посл.доп.ДВ. бр.95 от 8 Декември 2015г.
- [2] Ганчев, М. Цена на финансиране и нейното влияние върху икономическия потенциал на фирмите в областта на машиностроителния бранш. Научни трудове на Русенски университет-2011, том.50, серия 5.1
- [3] Вальтер, Ж. Конкурентоспособность: общий подход. М.: Российско-Европейский центр экономической политики, 2005.С.46-48.
- [4] Мерзлов, И.Ю. Содержание процесса формирования механизма повышения конкурентоспособности продукции в условиях рыночного хозяйствования// Госудалство и рынок: тр. VI Междунар.российско-китайского симпозиума (секция II). Екатеринбург, 2005. 75 с.
- [5] Мерзлов, И.Ю. Конкурентный потенциал хозяйствующих субъектов и управление им. Вестник Пермского университета. Экономика вып.1(16) 2016]
- [6] Benchmarking the Competitiveness of European Industry (COM (96)463 final)/ Commission of the European Communities.09.10.1996.Brusselsq 1996. P.16-18]

За контакти:

Д-р инж.ик.Мирослав Ганчев,тел.: 08889407589,e-mail:m_ganchev@abv.bg