

ФИНАНСОВИЯТ АНАЛИЗ ПРИ ОЦЕНКА НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЯТА

гл. ас. д-р Цветомир Манолов
Икономически университет – Варна

FINANCIAL ANALYSIS IN ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

Chief Assist. Prof. Tsvetomir Manolov, PhD
University of Economics – Varna, Bulgaria

Резюме

Конкурентоспособността на предприятието е важен показател, който го отличава от останалите участници на пазара. От тази гледна точка, тя е област, която представлява интерес, както за учените, така и за мениджърите и анализаторите. В настоящата разработка са представени същността на конкурентоспособността на търговските предприятия, както и възможността на измерването и оценката ѝ чрез различни системи от финансови показатели.

Ключови думи: конкурентоспособност, финансов анализ, изследване
JEL Класификация: D22

Abstract

The competitiveness of the enterprise is an important indicator that distinguishes it from other market participants. From this point of view, it is an area of interest to both academics, managers and analysts. In this article are presented the essence of the competitiveness of commercial enterprises, as well as the possibility of its measurement and evaluation through different systems of financial indicators.

Keywords: competitiveness, financial analysis, research
JEL Classification: D22

Въведение

Конкурентоспособността в сферата на бизнеса е състезание (съперничество) между две или повече лица (физически или юридически), както по отношение усвояването на ограничени ресурси (труд, капитал, природни и научно-технически ресурси), така и по отношение на превръщането на определена група потребители в лоялни клиенти (Балева, 2009). От тази гледна точка като обект на изследване и анализ тя може да се обследва на няколко равнища: национално, регионално, отраслово и на равнище предприятие. В зависимост на действието на различни условия и фактори, съществуват връзки и взаимна обусловеност между различните равнища. В настоящата разработка конкурентоспособността се разглежда на ниво предприятие, а като обект на изследване е възможността да се измери и оцени конкурентоспособността въз основа на финансови показатели. Целта на доклада е да се открият онези чисто финансови показатели, които в най-голяма степен биха помогнали да се измери и оцени конкурентоспособността на всяко едно стопанско предприятие.

Същност на конкурентоспособността

След приемането на България в Европейския съюз и отпадането на редица регулации, ограничаващи движението на стоки и капитал, търговските предприятия в страната са принудени да работят в условията на силно конкурентна и динамична среда. Подходите изясняващи същността на конкуренцията обикновено се свеждат до поведенчески, структурен и функционален.

В същото време е необходимо да се прави разлика между понятията конкуренция и конкурентоспособност. Според Антонова (2008) конкуренцията може да се разглежда от икономическа и юридическа гледна точка.

От икономическа гледна точка, тя е икономически процес на взаимодействие, взаимовръзка и съревнование между участници на пазара, с цел да се осигуряват по-добри възможности за реализиране на продукцията, задоволяване на разнообразни потребителски изисквания и получаване на максимална печалба.

От юридическа гледна точка, конкуренцията се дефинира като състезание на стопански субекти, когато самостоятелните им действия ефективно ограничават възможността на всеки един от тях едностранно да въздейства върху общите условия на обращение на стоките на съответния стоков пазар.

Конкурентоспособността от своя страна е важен показател, който включва свойства и характеристики, които отличават дадено предприятие от други такива (Костова, 2011). Тя е способност да се създава благоденствие, чрез производство на стоки и услуги, които успешно преминават проверката на един неограничаван пазар и образувано търсене при нормални условия (Антонова, 2008). Конкурентоспособността на предприятията е резултат от дейността им на различни сегменти на пазара. Тя се свързва най-вече с пазарния дял и с нормата на печалбата, която се реализира от сключваните сделки, в сравнение с аналогичните показатели на конкурентите (Осинова, 2018). Според Ненов&Минков (2015), конкурентоспособността на предприятието е способността му чрез непрекъснато обновяване и усъвършенстване да създава и устойчиво да поддържа конкурентни предимства, водещи до високи стопански резултати в дългосрочен план.

Конкурентоспособността на предприятията може да има различни измерения и характеристики (Кръстев, 2021):

- конкурентоспособността отразява пазарните позиции на дадено предприятие спрямо неговите конкуренти;
- тя има комплексен характер и показва какъв е цялостния потенциал на едно предприятие в борбата за надмощие спрямо останалите;
- конкурентоспособността на едно предприятие може да се определи единствено чрез съпоставянето ѝ с конкурентоспособността на други предприятия, т.е. тя има сравнителен характер;
- конкурентоспособността на предприятията не е постоянна величина, а се променя с течение на времето, като в този смисъл има динамичен характер;
- равнището на конкурентоспособност на предприятията е от значение не само за техните собственици и мениджъри, а и за техните клиенти и конкуренти, които се нуждаят от информация за икономическите процеси, протичащи в отделните стопански организации.

От съдържателна гледна точка, под „конкурентоспособност“ следва да се разбира (Иванов, Й., 2016):

- Способността да противодействаш на пазарния съперник;
- Способността ефективно да произвеждаш и продаваш;
- Способността да задържаш и увеличаваш дела на клиентите;
- Способността да обезпечиш ефективно използване на ресурсите;

- Способността да осигуриш висок доход и рентабилност от дейността;
- Способността да създаваш добавена стойност, която удовлетворява в съдържателен и количествен аспект създателя ѝ;
- Способността да управляваш ефективно конкурентните си предимства.

Традиционни подходи за анализ на конкурентоспособността на предприятията

В литературата съществуват различни виждания за анализ на конкурентоспособността на предприятията, като част от тях са:

• **Подходи базирани на стратегията на Портьър (2004) за осигуряване на конкурентоспособност, или конкурентна стратегия** – такъв подход се предлага от Милушева (2012), според която оценката на конкурентоспособността преминава през следните етапи:

- етап, свързан с проучване на външната среда;
- етап, при който целта е определяне на моментна конкурентоспособност на предприятието;
- етап на който се извършва анализ на вътрешните фактори за конкурентоспособност;
- етап, свързан с определяне потенциала на предприятията за повишаване на конкурентоспособността;
- етап на който се извършва оценка на възможностите за повишаване на конкурентоспособността на предприятията.

• **Подходи базирани на изследване потенциала на предприятието (Райкова, 2016)** – при тях потенциалът на предприятието се свързва с реалната или възможна способност да се провеждат набелязаните дейности. Обичайно се обособяват четири основни категории, които се свързват:

- с основния потенциал - приема се, че той дава възможност на предприятието да постигне основните си цели, да произведе икономическа стойност и да реализира печалба. Наличието на този потенциал осигурява стабилна пазарна позиция.
- със скрития потенциал – свързва се преди всичко със служителите на предприятията и с наличието на активи с разнородна употреба.
- с потенциала с неефикасна стойност - такъв е налице в ситуациите в които използването на разполагаемите ресурси не генерира печалба за предприятието;
- с кръстосания потенциал – характеризира активите на разположение на едно предприятие, осигуряващи друг вид ефикасен потенциал, т.е. добре функциониращи продажби или финансови системи.

• **Подходи основани на балансираната система от показатели** – според Колева (2016) те включват система от финансови и нефинансови показатели в четири основни направления, а именно:

- **Финансово направление** – използваните показатели имат двустранно предназначение: от една страна определят финансовата ефективност, която се очаква от стратегията, а от друга – служат като постоянен ориентир за целите и показателите от другите направления на системата;
- **Отношения с клиентите** - определят се основните потребителски и пазарни сегменти, в които предприятието ще се конкурира;
- **Вътрешни бизнес процеси** - състои се от три основни процеса: иновации (стойност за клиента утре, или как да изпреварим конкурентите си), операции (от момента на получаване на поръчката от клиента до доставката на стоката/услугата), следпродажбено обслужване (сервиз, гаранционно обслужване, ремонт);
- **Познания и развитие** - известни са три принципни категории в това

направление: преквалификация на персонала; възможности на информационните системи; мотивация, пълномощия и синхронизиране на личните цели.

Подход за анализ на конкурентоспособността на предприятията базиран на информацията, съдържаща се във финансовите отчети на предприятията.

Специфичното за този подход е, че при него конкурентоспособността се измерва и оценява чрез идентифициране на конкурентните предимства, които дадено предприятие притежава. Предимството на метода е, че дава възможност за директна съпоставка на предприятията, като се прогнозира бъдещото им развитие въз основа на информация за период от 5 до 10 години. Според Костова (2011) конкурентното предимство се дефинира най-общо като отличителни способности на предприятието, а „дългосрочното конкурентно предимство“ (ДКП) не е обвързано с период от време, през който предприятието притежава такова, а в смисъла, че преценките на дългосрочното състояние на предприятието се базират на историческо измерване на стойности (показатели) за продължителен период от време (над 5 години, а в най-дългосрочен план 10 години).

Анализът и оценката на конкурентните предимства се извършва въз основа на показатели, информация за които се съдържа в структурираните елементи на финансовите отчети.

На базата на счетоводния баланс се изчисляват преди всичко показатели, които характеризират имуществената структура. Те дават една обща представа за състоянието на предприятието. Дали интензитета на нетекущите активи ще превишава този на текущите зависи до голяма степен от отрасловата принадлежност на предприятието.

Основно внимание по отношение на нетекущите активи следва да се обърне на:

- величината на дълготрайните материални активи, както и на наличието на подходяща амортизационна политика по отношение на най-бавно ликвидните от тях;
- начина, по който е финансирано придобиването на дълготрайните активи. Обичайно, за да е налице конкурентно предимство е необходимо придобиването на дълготрайни активи да е извършено преимуществено за сметка на собствени източници. Приема се, че е налице конкурентно предимство, когато стойността на коефициента, представляващ съотношение сумата на собствения капитал и нетекущите пасиви има стойност не по малка от единица.

При извършването на преценка за конкурентоспособността следва да се анализира и оцени и т.нар. интелектуален капитал – дълготрайните нематериални активи. Доколкото същите често не се отразяват във финансовите отчети на предприятието, когато са вътрешноразработени за дружеството, то тяхното съществуване увеличава дългосрочното предимство пред конкуренцията, но остава скрито за инвеститорите. И тъй – като не може да се измери пряко, то с оглед установяването му би могло да се извърши сравнителен анализ на приходите за период от 5 до 10 години. Наличието на положителна тенденция в способността да се генерират приходи и печалби за толкова продължителен период от време би доказало наличието на трайното конкурентно предимство и съпътстващия го дългосрочен потенциал за печалба.

Материалните запаси (особени продукция и стоки) в предприятията, характеризирани се с трайно конкурентно предимство, не се променят и не подлежат на „морално остаряване“. В предприятията с дългосрочни конкурентни предимства показателите, изразяващи промени в материалните запаси и в нетната печалба за продължителен период от време (5-10 год.) имат възходяща тенденция (Костова, 2012).

Като финансов индикатор за наличие на конкурентно предимство се приема и пониският процент на стойността на текущите вземания от клиенти спрямо обема на нетните приходи от продажби в сравнение с конкурентни предприятия за продължителен период от време. По отношение на вземанията от клиенти следва да се анализира и периода на

събирането им, като предвид спецификата на стопанската дейност би могло да се приеме че оптималните стойности на този показател са до 30 дни.

Анализът на паричните средства както в краткосрочен, така и в дългосрочен план е с особено голямо значение. Ниският размер на паричните средства предполага, че предприятието има слаби икономически основи и е изложено на рискове. И обратно – когато паричните средства се натрупват пред ръководството стои проблема как да инвестира паричния излишък. При обследване на продължителен период от време, конкурентно предимство би било налице, ако високият ръст на паричните средства е съпроводен с нисък ръст на задълженията, което може да се приеме за индикатор, че той е следствие от оперативната дейност на предприятието.

Дългосрочните задължения са важни за преценката на дългосрочното конкурентно предимство. Като правило, предприятия с конкурентни предимства се нуждаят от малък размер или въобще нямат необходимост от ползване на дългосрочен привлечен ресурс. Поради това, тези от тях, които притежават конкурентни предимства, често нямат дългосрочни задължения, защото са достатъчно печеливши и на практика самофинансират дейността си.

При анализът на текущите задължения, следва да се има предвид, че ако те за продължителен период от време превишават нетекущите, то това може да се приеме за индикатор за загуба на конкурентни предимства.

Едно предприятие има здрави финансови основи, когато сумата на краткотрайните активи надвишава сумата на дълговете с поне 5-10 %.

Въз основа на информацията, съдържаща се в пасива на счетоводния баланс се анализира и финансовата структура на предприятията. За целта се изследва съотношението пасиви към собствен капитал. Предприятия, които са конкурентоспособни използват способността си да генерират печалба, за да се самофинансират. Следователно при равни други условия, такива предприятия би трябвало да притежават по-високо ниво на собствен капитал.

Конкурентно предимство е налице и когато предприятието увеличава нетната си стойност, реализирайки печалба. Именно темпът на растеж на неразпределените печалби за период не по-кратък от 5 години е добър показател на наличието на дългосрочни конкурентни предимства. Следва да се има предвид, че предприятия с изключително високи конкурентни предимства често не използват изцяло печалбата си за самофинансиране дейността си, а я разпределят и под формата на дивиденди. Това налага при изследване на конкурентните предимства да се изчисляват, както показателите за годишната нетна печалба, така и тези за разпределените дивиденди. Периодът за който се извършва анализа не би следвало да е по-кратък от 5 години. Ако ежегодно се генерира печалба с определен темп на нарастване и ежегодно се разпределят дивиденди, то въпреки всичко предприятието следва да се идентифицира като такова с високо конкурентно предимство.

Оценка на конкурентното предимство на база отчета за приходите и разходите (отчета за печалбата или загубата).

Въз основа на анализа на отчета за приходите и разходите, се определя източникът на печалбата на дружеството, който често е по-значим от самите печалби.

Важен показател е брутната печалба. Въз основа на нея се изчислява коефициента на рентабилност на приходите като отношение на брутната печалба към приходите. Приема се, че колкото по-високи са стойностите на този коефициент, толкова по-конкурентоспособно е предприятието. Ниските стойности най-често свидетелстват, че предприятието оперира в отрасъл със силна конкуренция и не притежава конкурентни предимства.

Важно значение има и съпоставянето на нетните приходи от продажби с общите приходи. Ако в дадено предприятие за продължителен период от време стойността на този коефициент е висока, то най-вероятно то е конкурентоспособно.

За наличието на конкурентни предимства е важно и относителният дял на разходите за оперативна дейност при формирането на брутната печалба да се запазва. Когато се преценяват конкурентните предимства, колкото по-ниски са разходите за оперативната дейност, толкова по-конкурентоспособно е предприятието.

Като правило може да се каже, че в предприятие с високо ДКП относителния дял на разходите за лихви в оперативната печалба е по-малък от 15 % (Костова, 2011).

Анализът на годишната нетна печалба се извършва за дълъг период, като целта е да се установи - възходяща тенденция в изменението ѝ и тази тенденция да е последователна във времето. Ако тези двете условия са налице, то може да се каже, че предприятието притежава конкурентни предимства. Съществува правило, че дадено предприятие, за да е с трайно конкурентно предимство, трябва да има годишна нетна печалба, която е достатъчно голяма и размерът ѝ умножен по 3 (или по 4) да е по-голям от дългосрочния дълг през продължителен период от време (Костова, 2011).

Оценка на конкурентното предимство на база отчета за паричните потоци

За установяване наличието на конкурентно предимство на дадено предприятие първостепенно значение има дали нетния паричен поток от основната дейност е положителен или отрицателен. Наличието на положителен нетен паричен поток от основната дейност може да се приеме като индикатор за ликвидност и стабилност.

Паричните потоци от инвестиционна дейност отчитат т.нар. „капиталови разходи“. Като правило предприятие с конкурентни предимства използват по-малка част от печалбите си за капиталови разходи. От гледна точка на стратегическия финансов анализ е прието да се сумират капиталовите разходи за последните десет години, а също така и нетните печалби за същия период, след което да се извърши сравнение на получените суми. Ако сумата на капиталовите разходи е по-голяма от сумата на нетната печалба възниква въпроса как предприятието е финансирало тези разходи. В предприятията с трайно конкурентно предимство нетната печалба следва да е по-голяма от капиталовите разходи.

В паричните потоци от финансова дейност съществено място заемат изходящите потоци за изплатени дивиденди, обратно изкупени акции и облигации. Приема се, че единствено предприятия с конкурентни предимства могат да си позволят подобни операции.

Заклучение

В разработката са изследвани същността и спецификите на конкурентоспособността в теоретичен аспект. Представени са както някои от най-често използваните подходи за анализ на конкурентоспособността, така и подход, който е основан преди всичко на изчисляването на финансови показатели. Според авторът този подход би могъл да се превърне в ключов момент при определянето на управленските приоритети предвид информацията, която предоставя за конкурентите на всяко едно предприятие. За съжаление към настоящия момент в България все още липсват достатъчно емпирични изследвания по темата.

Използвана литература

1. Балева, В. (2009) Критерии и показатели за оценка конкурентоспособността на стоките. // Икономически алтернативи, София: УНСС.
2. Антонова, Д., В. Гединач (2008) Конкуренцията като универсален инструмент за регулиране на социално-икономическите отношения, Научни трудове на Русенския университет, том 47, Серия 6.1, Русе,
3. Костова, Н. (2011) Финансовият анализ при дългосрочното конкурентно предимство. Год. Икон. унив. - Варна , 83, с. 120 - 154.
4. Осипова, Е. С., В. В. Яковлевич. (2018) Резерви роста конкурентоспособности банка ВТБ на российском рынке, Вопросы экономики и права, №3 (117), Москва, с. 45-48.
5. Кръстев, Б. (2021) Анализ на конкурентоспособността на търговските банки в България в условията на пандемията Covid-19. Годишник на ВУАРР, Академично издателство „Талант“, Том IX, Пловдив, стр. 5-39
6. Ненов, Т., Минков, И. (2015) Управление на конкурентоспособността и растежа, Варна: "Наука и икономика".
7. Иванов, Й., (2016) Ценови аспекти на конкурентоспособността, Изд. "Наука и икономика", ИУ-Варна, библи. „проф. Цани Калянджиев“
8. Портър, М., (2004) Конкурентното предимство на нациите, София: ИК "Класик и стил".
9. Милушева, В. (2012) Методика за оценка и анализ на конкурентоспособността на индустриалната фирма, Икономически и социални алтернативи, 2012, № 4, с.102-117.
10. Райкова, Е. (2016) Постигане на конкурентоспособност в бизнес организациите, [Online] Available at: <https://dlib.uni-svishtov.bg/handle/10610/3335> [Accessed: 16/10/2023]
11. Колева, Р. (2016) Анализ на конкурентоспособността на бизнеса чрез използване на BSC, Икономическо благосъстояние чрез споделяне на знания : Международна научна конференция – Свищов.

Информация за контакт с автора:

гл. ас. д-р Цветомир Манолов
Икономически университет – Варна
E-mail: wt_varna@ue-varna.bg