

УДК 339.137.2

ВЛИЯНИЕ КОНКУРЕНТНОГО ПОЛОЖЕНИЯ ФИРМЫ НА РЫНКЕ НА ОЦЕНКУ СТОИМОСТИ ЕЕ АКТИВОВ

**Демьянец Ольга Анатольевна, магистрант
Лукашевич Валентина Алексеевна, к.э.н., доцент,
Полесский государственный университет**

Аннотация. При планировании и ведении хозяйственной деятельности перед субъектами хозяйствования Республики Беларусь встает необходимость применения международных стандартов учета и отчетности в формировании финансовых документов с целью возможности представления предприятия как участника международных финансовых отношений и рынков.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентное положение, гудвилл, МСФО

Прозрачность и доступность информации о финансовом состоянии организации напрямую влияет на ее положение на рынке, стоимость ее активов и т.д. В связи с этим при определении конкурентного положения фирмы на рынке следует его определять путем применения инструментов, понятных для потенциальных инвесторов.

Сегодня на стоимость любой компании либо ее конкурентоспособность на рынке оказывает влияние такое понятие, как «деловая репутация». В основном такой термин применяется в русскоязычных странах. В международной практике зачастую используется термин «гудвилл» (Goodwill) [1].

Деловая репутация или «Гудвилл» существует у любой организации, желает она того или нет. Истоки ее формирования находятся в самой компании и определяются её отраслевой принадлежностью, организационно-правовой формой, размерами, возрастом, историей развития, видами и масштабами бизнеса. Гудвилл представляет собой разницу между справедливой стоимостью, уплаченной при приобретении компании, и суммой приобретенных активов за вычетом приобретенных обязательств. Покупатель должен признать гудвилл в отчетности на дату приобретения [2].

Положительная разница (деловая репутация) рассматривается как надбавка к цене в ожидании будущих экономических выгод. Отрицательный гудвилл возникает, когда продажная стоимость компании, меньше стоимости ее чистых активов. В этом случае, покупатель должен признать полученный доход в составе прибыли или убытка на дату приобретения [3].

Так как конкурентное положение фирмы на рынке является одним из важнейших факторов, влияющих на определение стоимости компании при ее покупке, рассмотрим его для ОАО «Пинский комбинат хлебопродуктов» в отношении белорусского рынка хлебопродуктов.

Показатели спроса на продукцию предприятия и величины ее фактической отгрузки в течение определенного периода времени позволяют определить способность предприятия полностью удовлетворить спрос потребителей, что в условиях рынка также становится одной из основных целей.

Рассмотрим критерии оценки конкурентоспособности предприятия по реализуемой продукции:

а) коэффициент рыночной доли (КРД) отражает долю предприятия на рынке:

$$\text{КРД} = \text{ОП} \div \text{ООПР}$$

где, ОП – объем продаж продукции предприятием, тыс. руб.;

ООПР – общий объем продаж продукции на рынке, тыс. руб. (на основании государственной статистической отчетности [4].

$$\text{КРД}_{2015} = 45\,809,0 \text{ тыс. руб.} \div 1\,810\,870,0 \text{ тыс. руб.} = 0,02529;$$

$$\text{КРД}_{2016} = 55\,096,1 \text{ тыс. руб.} \div 2\,115\,094,7 \text{ тыс. руб.} = 0,02604;$$

$$\text{КРД}_{2017} = 68\,809,0 \text{ тыс. руб.} \div 2\,317\,496,7 \text{ тыс. руб.} = 0,02969.$$

Таким образом, рыночная доля предприятия среди предприятий–конкурентов по производству хлебопродуктов составила в 2017 году 2,969% по выручке от реализации продукции. Следует отметить, что к 2015 году значение данного показателя выросло на 0,44 процентных пункта, что свидетельствует о том, что предприятие имеет и использует резервы для наращивания объемов производства продукции. А потребители довольны качеством продукции. Но динамика уменьшения объемов реализации продукции должна стать объектом тщательного изучения специалистов предприятия, так как в будущем наращивание прибыли только за счет увеличения среднереализационной цены, не является эффективным способом деятельности, хоть и положительно влияет на конечный финансовый результат.

б) коэффициент изменения объема продаж ($K_{\text{ИОП}}$) отражает рост или снижение конкурентоспособности фирмы за счет изменения объема продаж:

$$K_{\text{ИОП}} = \text{ОП}_{\text{КОН}} \div \text{ОП}_{\text{НАЧ}}$$

где, $\text{ОП}_{\text{КОН}}$ – объем продаж на конец отчетного периода, тыс. руб.;

$\text{ОП}_{\text{НАЧ}}$ – объем продаж на начало отчетного периода, тыс. руб. [5]

$$K_{\text{ИОП} 2015} = 45\,809,0 \text{ тыс. руб.} \div 43\,096,1 \text{ тыс. руб.} = 1,063;$$

$$K_{\text{ИОП} 2016} = 55\,096,1 \text{ тыс. руб.} \div 45\,809,0 \text{ тыс. руб.} = 1,203;$$

$$K_{\text{ИОП} 2017} = 68\,809,0 \text{ тыс. руб.} \div 55\,096,1 \text{ тыс. руб.} = 1,249;$$

Проведенный анализ коэффициента изменения объемов продаж показал, что в анализируемом периоде конкурентоспособность предприятия выросла на 18,6 процентных пункта. Значение данного коэффициента составило 1,249, т.е. было получено на 24,9% больше выручки от реализации продукции. Как было выявлено в процессе анализа производственной деятельности ОАО «Пинский комбинат хлебопродуктов», выручка от реализации увеличивается только за счет роста цен на реализуемую продукцию. Поэтому основной стратегической целью предприятия является создание прибыльного производства с сохранением занятых позиций на внутреннем и

внешнем рынках за счет проведения реконструкции и технического перевооружения отдельных производств предприятия.

Таким образом, динамика изменений текущего конкурентного положение ОАО «Пинский комбинат хлебопродуктов» на рынке хлебопродуктов Республики Беларусь может положительно влиять на оценку общей стоимости активов предприятия. Следовательно, потенциальная стоимость активов будет оцениваться выше за счет наращивания конкурентных позиций, роста лояльности покупателей к продукции комбината хлебопродуктов. Учитывая текущее финансовое положение фирмы, а также барьеры в развитии фирмы за счет государственного регулирования отрасли, в которой представлена фирма, возникают сложности в оценке ее справедливой стоимости. Однако, ориентируясь на рост конкурентных позиций, текущую модернизацию производственных мощностей, работы по выходу на зарубежные рынки, инвестирование в развитие ОАО «Пинский комбинат хлебопродуктов» может стать потенциально выгодным проектом.

С учетом роста конкурентных возможностей ОАО «Пинский комбинат хлебопродуктов» на белорусском рынке хлебопродуктов предприятие также имеет перспективы освоения зарубежных рынков хлебопродуктов (в частности, рынка комбикормов для сельскохозяйственных животных). А применение международных стандартов финансовой отчетности позволит стать более привлекательным для иностранных инвесторов и партнеров.

Список использованных источников:

1. Как оценить стоимость компании – готовый алгоритм. [Электронный ресурс]. Режим доступа – <https://probusiness.io/finance/891-kak-ocenit-stoimost-kompanii-gotovyyu-algoritm.html>. Дата доступа: 12.09.2018.
2. Гудвил – МСФО. [Электронный ресурс]. Режим доступа – <https://www.audit-it.ru/ifrs/terms/items/goodwill.html>. Дата доступа – 12.09.2018.
3. «МФСО (IAS) 39 Финансовые инструменты: признание и оценка (Financial instruments: recognition and measurement)».
4. Беларусь в цифрах. [Электронный источник]. Режим доступа – belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/index-4920. Дата доступа – 12.09.2018.
5. Финансовая отчетность ОАО «Пинский комбинат хлебопродуктов»