

УДК 334.7.017

ОЦІНКА НАДІЙНОСТІ ДІЛОВИХ ПАРТНЕРІВ ПІДПРИЄМСТВА

Бурак І.О.

Чернівецький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

У статті проаналізовані основні питання вибору ділових партнерів підприємства. Досліджено теоретичні та методологічні питання конкурентоспроможності підприємств. Визначений механізм функціонування і розвитку партнерських відносин у ринковій економіці. Виявлено та згруповано показники, що використовуються при виборі потенційних партнерів. Виділено головні критерії для обґрунтування доцільності співпраці з потенційним контрагентом.

Ключові слова: економічний аналіз, заборгованість, надійність партнера, партнерські відносини, стратегічні можливості, ділове партнерство підприємств, комплексна оцінка.

Постановка проблеми. В економічній теорії та практиці на сьогоднішній день відсутній обґрунтований підхід щодо вибору підприємством партнерів для формування партнерських відносин. Зокрема, для встановлення довготривалих та результативних партнерських відносин Р. Уоллес рекомендує проводити ретельну самооцінку та оцінку підприємства-партнера. Ці дослідження спрямовані на розробку заходів щодо налагодження довірчих відносин як на етапі формування, так і у фазі функціонування партнерства [1, с. 184].

С. Карделл акцентує увагу на принципах розробки схеми відбору партнерів, до яких відно-

сяться: стратегічна спрямованість, об'єктивність, опора на критерії, адекватність ресурсного забезпечення, багатостадійність та фактологічна основа [2, с. 203].

Вибір та оцінювання перспективності потенційних партнерів має ґрунтуватися на системному принципі багатоваріантності, враховуючи мету відбору партнерів і здійснюватися за визначеною системою критеріїв [3, с. 85, с. 89].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти встановлення підприємствами довготривалих й взаємовигідних відносин та вибору їх учасників розглядалися в працях таких відомих українських та зарубіжних вчених: А. Балаба-

ниць, С. Бардаш, М. Білуха, Ф. Бутинець, В. Варнавський, Д. Гейдж, О. Гребешкова, Я. Гордон, Г. Давидов, С. Карделл, Д. Корчунов, Ф. Котлер, Г. Махова, С. Мних, О. Петрик, В. Рядська, Н. Струк, П. Темпорал, М. Фрідманн, Н. Чухрай, В. Шевчук, О. Шерстюк та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак низка питань, пов'язаних з виділенням показників та характеристик, які є показовими на етапах процесу вибору партнерів для ефективного формування і розвитку довготривалих взаємовигідних відносин залишається недостатньо розробленою.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є розробка системи критеріїв надійності ділового партнерства.

Виклад основного матеріалу. Аналіз заборгованості (дебіторської та кредиторської) з використанням SWOT-аналізу доцільно, на наш погляд, розглядати в контексті аналізу ділового партнерства, а саме з позиції його надійності.

Надійність партнера трактується як його здатність виконувати зобов'язання у повному обсязі відповідно до встановлених умов договору та у встановлені терміни, що забезпечить оперативну взаємодію з іншими учасниками конкурентного середовища на шляху формування результативної системи ділового партнерства.

Надійність ділового партнерства можна розглядати як спрямованість на те, що налагодженість, гармонійність та ефективність партнерських відносин будуть стабільними впродовж певного проміжку часу, а визначені умови договорів та домовленостей не будуть порушуватися.

Надійність ділового партнера – це запорука стабільності та своєчасності виконання всіх зобов'язань за договором. Кожне підприємство виокремлює власні характеристики та ознаки надійності партнерства. На нашу думку, надійність ділового партнерства доцільно розглядати за допомогою двох груп показників:

- 1) показники оцінювання надійності партнера;
- 2) показники оцінювання надійності ділового партнерства.

До першої групи показників входять показники, які є критеріями фінансово-господарського потенціалу партнера, а саме: показники фінансової стійкості (коефіцієнти фінансової автономії, співвідношення власного та позикового капіталу, темпи нагромадження власних засобів, співвідношення довгострокових та поточних зобов'язань); показники ділової активності (коефіцієнти забезпеченості матеріальних запасів власними обіговими коштами, маневреності власного капіталу, оборотності обігових коштів); показники економічної ефективності (коефіцієнти рентабельності активів, продажу, власного капіталу, ефективності управління).

Так, на основі показників фінансової стійкості отримуємо дані про рівень платоспроможності ділового партнера. Показники ділової активності дають можливість дослідити ефективність використання ресурсів підприємства, стійкість економічного зростання, виконання завдання за основними показниками господарської діяльності. А показники економічної ефективності в свою чергу є критеріями оцінювання ефективності використання капіталу партнера, інших його ре-

сурсів, а також ефективність управління ними.

Друга група показників відображає надійність партнерських відносин. Саме ця група показників розкриває сутність та дієвість системи ділового партнерства за допомогою наступних критеріїв: тривалість ділового співробітництва, повнота та своєчасність виконання зобов'язань, ефективність використання переваг та можливостей партнерських відносин.

Оцінюючи тривалість відносин та виконання зобов'язань, отримуємо змогу визначити готовність і спроможність партнера виконувати свої зобов'язання у повному обсязі і у встановлені угодою терміни. Основним фактором, який свідчить про надійність і оптимальність цих відносин, є отримання синергетичного ефекту [4, ст. 217].

Враховуючи зазначені параметри надійності та використовуючи зведені дані підприємства, проаналізуємо надійність ділових партнерів ТОВ «Ласка Лева» за допомогою визначених автором критеріїв: своєчасність поставок, своєчасність здійснення розрахунків, повнота здійснення розрахунків, наявність обов'язкової передоплати, частота застосування штрафних санкцій, мінливість умов договору, динаміка зростання цін на товари, роботи, послуги, застосування системи знижок та існування системи розстрочки платежів. Для оцінки надійності ділових партнерів автором також пропонується використання наступної шкали:

- більше 0,9 – абсолютно надійні партнери;
- від 0,75 до 0,9 – високо надійні партнери;
- від 0,5 до 0,75 – посередньо надійні партнери;
- від 0,3 до 0,5 – низько надійні партнери;
- менше 0,3 – відсутність надійності партнера.

При цьому коефіцієнти надійності пропонуємо розраховувати за наступною формулою:

$$F = (N - p) / N, \quad (1)$$

де F – коефіцієнт надійності,

N – загальна кількість операцій,

p – кількість фактів існування визначеного критерію.

Отримані дані згрупуємо в табл. 1.

На основі отриманих даних щодо надійності ділових партнерів ТОВ «Ласка Лева» можна зробити висновок про те, що серед шести досліджуваних підприємств три відносяться до групи високо надійних партнерів (ВТМ «Премія», ПрАТ «Фуршет», ПП «Молодість»), два підприємства (ПАТ «Укртелеком» та ТОВ «Молочар») до посередньо надійних партнерів та одне підприємство (ТОВ «Світанок») до групи низько надійних ділових партнерів. В цілому, структура ділового партнерства досить непогана, що свідчить про детальний аналіз партнера на етапі його вибору. Аналіз конкурентів торговельного підприємства зводиться головним чином до виявлення їх сильних та слабких сторін, прогнозування на цій основі власної стратегії конкурентної боротьби. Конкурентне середовище формується не лише під впливом внутрішньогалузевих конкурентів, що виробляють та реалізують аналогічні товари, але і тими суб'єктами ринкового середовища, котрі завойовують даний ринок або реалізують товари-замінники.

Багато суб'єктів господарювання не приділяють належної уваги новим учасникам ринку, а тому зазнають втрат в умовах конкурентної боротьби.

Розглянемо методику оцінювання конкурентних переваг торговельного підприємства. Перш за все, необхідно виокремити невелику кількість конкурентів, які найістотніше впливають на ринкове середовище. Далі за допомогою щорічних фінансових звітів порівнюються їхні фінансові показники. Варто відмітити, що інформація про фінансові результати повинна відповідати таким критеріям як: достовірність, актуальність і зіставність. Фінансовий аналіз дозволяє отримати додаткову інформацію про ринок, динаміку ринкової ситуації та позиціонування конкурентів.

На наступних етапах проведення аналізу порівнюють фактори внутрішнього середовища, які впливають на успіх ринкової діяльності підприємства. До типового переліку чинників зараховують [5, с. 103]: імідж підприємства, можливості менеджменту, фінансове положення, нерухомість, місцезнаходження, система збуту, якість праці, продуктової лінії, ціноутворення, система дистрибуції, швидкість і надійність поставок, сервіс, ефективність діяльності тощо. Цей перелік рекомендується змінювати і доповнювати з урахуванням специфіки діяльності та ринків збуту підприємства.

За кожним виокремленим чинником визначається відносна важливість і здійснюється їхнє ранжування. Після того оцінюється кожний фактор успіху і коригується на вагомий множник.

Результати оцінювання демонструють стан досліджуваного підприємства порівняно з конкурентом загалом та за кожним фактором успіху.

Аналіз ринку робочої сили спрямований на виявлення працівників, що будуть найбільш задовольняти потреби торговельної мережі і відповідати встановленим критеріям щодо: спеціальності, кваліфікації, рівня освіти, віку, досвіду роботи в даній сфері тощо.

Більшість класичних методів економічного аналізу, які існують зараз, ґрунтуються на даних бухгалтерського обліку та звітності. В умовах підвищеної конкуренції і складності виходу на нові ринки, динамічності формування інформації і зміни ринкової кон'юнктури, керівництву підприємства потрібна оперативна інформація про поточну ситуацію і позиціонування учасників ринку в тій або іншій галузі, динаміку змін основних чинників, що визначають успішне функціонування під-

приємства. Оскільки ринкова інформація доволі часто зазнає змін і є нестійкою, то для її формування велике значення мають експертні оцінки, зроблені на підставі наявних даних управлінського обліку, наслідок цього – здобуття на їх основі необхідного масиву необлікової інформації, розробка методів аналізу, орієнтованих на активне її використання. Одним з методів, що ґрунтується на експертних оцінках, є SWOT-аналіз. Цей метод широко застосовується в зарубіжній практиці фінансового аналізу, де він розглядається як найважливіший інструмент маркетингового аналізу підприємств. Деталізація SWOT-аналізу із застосуванням математичних розрахунків основних балансових коефіцієнтів, що визначають фінансові результати діяльності підприємства, фінансовий стан та фінансові показники, дозволяє розглядати SWOT-аналіз як комплексний метод оцінки фінансово-господарської діяльності підприємства. Слід відмітити високу результативність застосування SWOT-аналізу саме торговельними підприємствами, що обумовлене наступними чинниками:

- істотним зростанням взаємної зацікавленості учасників торговельного процесу в однозначній, об'єктивній і достовірній оцінці ситуації, що складається на ринку;

- нестійким зростанням об'єму продажів на основі підбору відповідного асортименту товарів і встановлення цін, які стимулюють зростання попиту на них;

- необхідністю постійної підтримки конкурентоспроможності організації і підвищення ефективності її функціонування.

Використання переваг SWOT-аналізу забезпечується створенням, підтриманням в актуальному стані та ефективним використанням інформаційної системи моніторингу існуючого бізнес-середовища.

SWOT-аналіз не лише є досить зручною формою структуризації чинників зовнішнього і внутрішнього середовища компанії, але може розглядатися як інструмент формування стратегічних альтернатив, які направлені на досягнення поставлених цілей. Ефективність застосування SWOT-аналізу, на думку С. Кузнецової та В. Маркової, обумовлена його взаємозв'язком з іншими методами аналізу:

- 1) галузевий аналіз (5 сил конкуренції; витрати і крива попиту; життєвий цикл галузі; ключові фактори успіху);

Таблиця 1

Оцінка надійності ділових партнерів ТОВ «Ласка Лева»

Діловий партнер	Критерії надійності ділового партнерства									Коефіцієнт надійності
	Свочасність поставок	Свочасність здійснення розрахунків	Повнота здійснення розрахунків	Наявність обов'язкової передоплати	Частота застосування штрафних санкцій	Мінливість умов договору	Динаміка зростання цін на товари, роботи, послуги	Застосування системи знижок	Існування системи розстрочки платежів	
ВТМ «Премія»	0,73	0,46	0,69	0,72	0,74	0,47	0,38	0,44	0,53	0,57
ПрАТ «Фуршет»	0,70	0,69	0,86	0,62	0,86	0,68	0,89	0,92	0,83	0,78
ПАТ «Укртелеком»	0,87	0,75	0,69	0,59	0,91	0,88	0,69	0,79	0,43	0,72
ТОВ «Світанок»	0,48	0,33	0,37	0,21	0,76	0,32	0,47	0,83	0,67	0,49
ТОВ «Молочар»	0,67	0,54	0,58	0,34	0,90	0,85	0,63	0,75	0,51	0,64
ПП «Молодість»	0,93	0,82	0,60	0,48	0,95	0,90	0,78	0,75	0,83	0,78

- 2) аналіз макросередовища;
- 3) аналіз конкуренції (стратегічні групи, конкурентні переваги, стратегії конкурентів, їх сильні та слабкі сторони);
- 4) аналіз покупців (характеристики, мотиви купівлі, незадоволеність покупців);
- 5) фінансовий аналіз (прибутковість, рентабельність, ліквідність, оборотність);
- 6) маркетинговий аудит (маркетинг-мікс, служба маркетингу, концепція маркетингу) [6, с. 89-92].

Професійне застосування методик SWOT-аналізу дає змогу своєчасно отримувати відомості, придатні для використання у стратегічному й тактичному плануванні на основі оцінювання зовнішнього середовища й ділового клімату, результатів діяльності, позиціонування підприємства в конкурентному просторі. Розширення можливостей SWOT-аналізу досягається застосуванням його методик для оцінювання й планування різних функціональних сфер діяльності, зокрема конкурентних переваг і конкурентоспроможності підприємства – важливого елемента сфери розрахунків з діловими партнерами.

Висновки і пропозиції. Вплив зовнішнього середовища на діяльність торговельних підприємств значний, що пояснюється постійними змінами ринкових умов, зростанням конкурентного середовища, збільшенням товарної маси тощо. В цих умовах аналіз надійності існуючих ділових партнерів є невід'ємним елементом його оцінки. Надійність ділового партнера – це запорука стабільності та своєчасності виконання всіх зобов'язань за договором. Запропоновано формулу для визначення коефіцієнта надійності ділового партнерства в розрізі визначених її критеріїв: своєчасність поставок, своєчасність здійснення розрахунків, повнота здійснення розрахунків, наявність обов'язкової передоплати, частота застосування штрафних санкцій, мінливість умов договору, динаміка зростання цін на товари, роботи, послуги, застосування системи знижок та існування системи розстрочки платежів. Розроблена система критеріїв надійності ділового партнерства та розроблена шкала коефіцієнтів надійності допоможе визначити його відповідність на предмет своєчасності та повноти виконання договірних зобов'язань та дотримання платіжної дисципліни в рамках ділового партнерства.

Список літератури:

1. Уоллес Р.Л. Стратегические альянсы в бизнесе. Технологии построения долгосрочных отношений и создания совместных предприятий / Р.Л. Уоллес. – Пер. с англ. – М.: Добрая книга, 2005. – 288 с.
2. Карделл С. Стратегическое сотрудничество: Креативный бизнес-курс / С. Карделл. – Пер. с англ. К. Ткаченко. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005. – 256 с.
3. Балабаниць А.В. Методологічні засади формування стратегічного партнерства в полі маркетингової взаємодії підприємств / А.В. Балабаниць // 181 Вісник донецького національного університету економіки і торгівлі. – 2010. – № 3. – С. 82-93.
4. Загородній А.Г., Паргин Г.О. Бухгалтерський облік: Основи теорії і практики: Навч. посіб. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2004. – 377 с.
5. Білуха М.Т. Теорія фінансово-господарського контролю і аудиту. – К.: Вища школа, 1994. – 364 с.
6. Корінев В.Л., Корецький М.Х., Дацій О.І. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. – К.: ЦУЛ, 2007. – 200 с.

Бурак І.О.

Черновицький торгово-економічний інститут
Київського національного торгово-економічного університета

ОЦЕНКА НАДЕЖНОСТИ ДЕЛОВЫХ ПАРТНЕРОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

В статье проанализированные основные вопросы выбора деловых партнеров предприятия. Исследованы теоретические и методологические вопросы конкурентоспособности предприятий. Определенный механизм функционирования и развития партнерских отношений в рыночной экономике. Выявлены и сгруппированы показатели, которые используются при выборе потенциальных партнеров. Выделены главные критерии для обоснования целесообразности сотрудничества с потенциальным контрагентом. **Ключевые слова:** экономический анализ, задолженность, надежность партнера, партнерские отношения, стратегические возможности, деловое партнерство предприятий, комплексная оценка.

Burak I.O.

Chernivtsi Trade and Economic Institute
of the Kyiv National Trade and Economic University

AN ESTIMATION OF RELIABILITY OF BUSINESS PARTNERS OF ENTERPRISE IS

Summary

In the articles analysed basic questions of choice of business partners of enterprise. The theoretical and methodological questions of competitiveness of enterprises are investigational. A certain mechanism of functioning and development of partner relations is in a market economy. Indexes that is used for the choice of potential partners are educed and grouped. Main criteria are distinguished for the ground of expediency of collaboration with a potential contractor.

Keywords: economic analysis, debt, reliability of partner, partner relations, strategic possibilities, business partnership of enterprises, complex estimation.