

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКА

**Введение.** В настоящее время финансовый сектор, в том числе такая его составляющая, как банки, является важным инфраструктурным элементом, способствующим укреплению и развитию рыночной экономики.

Оценка кредитоспособности заемщика имеет важное значение на всех стадиях процесса взаимоотношений между заемщиком и кредитором и сопровождается детальным исследованием качественных и количественных характеристик кредитополучателя с точки зрения их влияния на класс кредитоспособности, степень кредитного риска и качество обеспечения по кредиту. В современных условиях развития рыночных отношений, особое значение приобретает анализ кредитоспособности, выступающий в виде самостоятельного блока всестороннего комплексного экономического анализа и требующий серьезного внимания, как со стороны кредитора, так и со стороны самого заемщика.

**Определение понятия кредитоспособности заемщика.** В период становления и развития нового типа экономических отношений в Республике Беларусь, хозяйствующие субъекты самостоятельны в выборе большинства принимаемых ими решений, и вопрос о необходимости разработки эффективной программы управления капиталом имеет первостепенное значение.

Собственный капитал организации не является гарантией прибыли. Однако даже если прибыль имеется, это не означает, что ее будет достаточно для инвестиций в развитие производства и пополнение оборотных активов. Собственные финансовые ресурсы организации являются основой стабильной работы, но вместе с тем, это достаточно малоподвижные ресурсы, и рассматривать их как долгосрочный источник финансирования расширенного воспроизводства основных фондов и нематериальных активов или источник пополнения оборотных активов достаточно рискованно. В результате, альтернативным источником финансирования выступает заемный капитал [1].

Процесс перехода к рыночным условиям хозяйствования существенно изменил взаимоотношения организаций и кредиторов. На первый план вышли условия взаимовыгодного партнерства, непосредственно связанные с кредитоспособностью заемщика [1].

В экономической литературе существует множество определений кредитоспособности заемщика, но самым удачным, по мнению автора, является определение, данное в учебнике «Экономический анализ» под редакцией Л.Т. Гиляровой: «Кредитоспособность – это возможности экономических субъектов рыночной экономики своевременно и в полном объеме рассчитываться по своим обязательствам в связи с неизбежной необходимостью погашения кредита» [11].

Как правило, при толковании термина «кредитоспособность заемщика» учитывается комплекс определенных факторов, в том числе: правоспособность и дееспособность заемщика для совершения кредитной сделки; его деловая репутация; наличие обеспечения; способность заемщика получать доход.

Из вышесказанного следует, что кредитоспособность заемщика (хозяйствующего субъекта) – это комплексная правовая и финансовая характеристика, представленная финансовыми и нефинансовыми показателями, позволяющая оценить его возможность в будущем полностью и в срок, предусмотренный в кредитном договоре, рассчитаться по своим долговым обязательствам перед кредитором, а также определяющая степень риска банка при кредитовании конкретного заемщика [1].

**Конкурентоспособность предприятия – один из основных факторов кредитоспособности заемщика.** В процессе анализа риска невозврата кредита кредитор оказывается перед объективной необходимостью аналитического исследования показателей, которые характеризуют рынок сбыта продукции, спрос на нее, конкурентоспособность продукции и ценовую политику организации. От рынка сбыта продукции зависят объем продаж, выручка от реализации продукции, средний уровень цен, размер прибыли. Состояние рыночной среды характеризуется такими важными показателями, как размер рынка (может быть выражен количеством и динамикой проданных товаров либо их стоимостью), суммарная производственная мощность, темп роста рынка, число конкурентов и их структура, величина инвестиций.

Кредитодателям необходимо учитывать, на какой стадии жизненного цикла находится товар, производимый заемщиком, или товар, для выпуска которого предполагается получение кредита. От этих показателей зависит способность субъекта хозяйствования развиваться в данной отрасли и направлять прибыль на погашение кредитных ресурсов. Уровень спроса на продукцию предприятия непосредственно влияет на портфель заказов, предопределяющий его производственные мощности и их использование. Когда спрос на продукцию падает, тогда уменьшается портфель заказов и, следовательно, снижается объем производства, повышается затратоемкость продукции, возникают убытки и предприятие может стать банкротом, неспособным рассчитаться по своим обязательствам. Эластичность спроса на товары зависит от разных факторов: цены, дохода потребителей и т.д.

Оценка кредитоспособности продукции связана с исследованием потребности покупателей и требований рынка. Конкурентоспособный товар должен иметь определенные параметры: технические, экономические, эстетические, нормативные.

При анализе финансовой отчетности предприятия можно увидеть ряд показателей конкурентоспособности предприятия и его продукции. Сложность заключается в том, что многие предприятия производят достаточно широкую номенклатуру продукции и далеко не всегда детализируют свою отчетность. Из обобщенных данных финансовой отчетности зачастую бывает просто невозможно выделить показатели, относящиеся непосредственно к конкретным товарам. Тем не менее, даже общие данные могут оказаться полезными для проведения подобных оценок.

Конкурентоспособность предприятия и конкурентоспособность его продукции находятся в прямой взаимозависимости. Чем выше конкурентоспособность продукции и выше спрос на нее, тем больший экономический эффект получит предприятие от ее реализации. Экономический эффект выражается, в первую очередь, в получаемой прибыли. Возрастание спроса проявляется в повышении нормы и массы прибыли. Соответственно, снижение спроса влечет за собой понижение нормы прибыли, а затем и ее массы.

Судить о конкурентоспособности можно также по таким экономическим показателям, содержащимся в финансовой отчетности предприятий, как:

- динамика продаж в количественном и стоимостном выражении. Если стоимость реализованной продукции растет быстрее, чем ее физический объем, то и спрос на нее растет (при этом важно учитывать фактор инфляционного роста цен). Если картина обратная: налицо снижение спроса на продукцию, и предприятие вынуждено снижать цены на нее;
- отношение прибыли к объему продаж в случае увеличения может означать повышение конкурентоспособности;
- отношение объема продаж к стоимости материально-производственных запасов. Уменьшение этого показателя может

свидетельствовать о замедлении оборачиваемости запасов: это либо снижение спроса на готовую продукцию, либо увеличение запасов сырья. Для уточнения, необходимо рассчитать долю стоимости нереализованной продукции в материально-производственных запасах. Если она увеличивается, значит происходит затоваренность готовой продукцией из-за снижения спроса;

- отношение объема продаж к стоимости нереализованной продукции. Уменьшение этого показателя означает снижение спроса или перепроизводство продукции;
- отношение объема продаж к сумме дебиторской задолженности отражает объем коммерческого кредита, предоставляемого предприятием клиентам. Как правило, чем выше спрос, тем меньше объем кредита. Уменьшение этого показателя говорит о сокращении продаж в кредит. Снижение темпа роста объема кредита свидетельствует о том, что предприятие вынуждено предоставлять более льготные условия продажи своей продукции;
- загрузка производственных мощностей. Если предприятие начинает испытывать трудности со сбытом готовой продукции, то сразу же снижается загрузка производственных мощностей;
- портфель заказов, если он значителен, то это характеризует высокий уровень спроса на продукцию предприятия;
- объем и направление капиталовложений. Как правило, предприятие вкладывает капиталы в производство наиболее перспективных с его точки зрения товаров. Если же оно прекращает вложение капиталов в данное производство, то это означает, что предприятие не видит для себя перспектив получения в будущем достаточно высокой нормы прибыли, что может свидетельствовать о снижении конкурентоспособности данной продукции.

**Заключение.** Процесс перехода к рыночным отношениям существенным образом изменил взаимоотношения предприятий и их кредиторов. На первый план вышли условия взаимовыгодного партнерства, непосредственно связанные с кредитоспособностью заем-

щика. Одним из факторов, напрямую влияющим успех этого партнерства является фактор конкурентоспособности.

От того, насколько конкурентоспособным является предприятие и его продукция, которую оно собирается выпускать с помощью привлеченных кредитов, зависит успех кредитной сделки между банком и заемщиком.

#### СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ендовицкий, Д.А. Анализ и оценка кредитоспособности заемщика: учебно-практическое пособие / Д.А. Ендовицкий, И.В. Бочарова. – М.: КНОРУС, 2005.
2. Банковское дело / под ред. О.И. Лаврушина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2005.
3. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин, Е.В. Негашев. – М.: ИНФРА-М, 2001.
4. Ачкасов, А.И. Активные операции коммерческих банков / А.И. Ачкасов. – М.: Консалт-Банкир, 1994.
5. Севрук, В.Т. Анализ кредитоспособности СП / В.Т. Севрук // Деньги и кредит. – 1990. – № 3.
6. Ольшаный, А.И. Банковское кредитование – российский и зарубежный опыт / А.И. Ольшаный. – М.: РДЛ, 1997.
7. Сахаров, М.О. К вопросу о кредитоспособности предприятия / М.О. Сахарова // Деньги и кредит. – 1989. – № 3.
8. Балабанов, И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта / И.Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2002.
9. Москвин, В.А. Кредитование инвестиционных проектов: рекомендации для предприятий и коммерческих банков / В.А. Москвин. – М.: Финансы и статистика, 2001.
10. Крейнина, М.Н. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / М.Н. Крейнина. – М.: Дело и сервис, 2001.
11. Экономический анализ: учебник для вузов / под ред. Л.Т. Гиляровской. – М.: ЮНИТИ-ДАНА.

*Материал поступил в редакцию 20.05.12*

#### LAPPO E.V. Competitiveness of the enterprise as a factor creditworthiness of the borrower

In article the problem of an assessment of competitiveness of the enterprise and its production, as one of major factors defining its solvency and efficiency of relationship with creditors is considered.

УДК 334.012.63/.64:338.27(476)

**Кацёр А.А.**

### ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

**Введение.** Современная экономика развитых государств в значительной степени представлена малыми и средними частными предприятиями. Они создают рабочие места, обслуживают население, а также крупный бизнес. Предпринимательство можно рассматривать как процесс поиска новых возможностей, внедрение новых способов производства, открытость новым перспективам, преодоление старых ограничений.

Развитие государственно-частного партнерства в Беларуси сдерживается фактическим неравноправием малых и средних предприятий по отношению к крупным государственным предприятиям и государственным организациям в целом. Несмотря на постепенный рост доли малых и средних предприятий в ВВП, их экономическая роль по-прежнему довольно ограничена. Участие малого и среднего бизнеса в инновационном развитии сдерживается множеством факторов, а именно: слабым уровнем осведомленности, низкой капиталоемкостью и наукоемкостью видов деятельности, на которых специализируются малые и средние предприятия, а также недостаточное взаимодействие с другими участниками НИС, в том числе с на-

учно-исследовательскими учреждениями и крупными предприятиями. Нарастание потенциала инновационной деятельности малых предприятий также сдерживается ограниченным доступом к финансовым ресурсам. Установление кооперационных связей малых и средних предприятий и их встраивание в сложные производственные цепочки затруднены наличием административных и культурных барьеров. Зачастую частные предприятия предпочитают не вступать в партнерство с государственными структурами во избежание дополнительной административной и бюрократической нагрузки, возникающей в рамках такого сотрудничества.

В настоящее время в РБ малому бизнесу уделяется значительное внимание: приняты соответствующие законы, разрабатываются программы государственной поддержки на общереспубликанском и областном уровнях, созданы центры и фонды поддержки предпринимательства, ряд своеобразных экономических зон, научно-технологических парков и инновационных центров.

В 2006 году была создана национальная бизнес-платформа для регулярного сбора и обобщения предложений делового сообщества

**Кацёр А.А.**, ст. преподаватель кафедры экономики, управления и финансов Брестского государственного технического университета. Беларусь, БрГУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.