методи моделювання, сценаріїв, економіко-математичні методи, факторний аналіз тощо.

Висновки. Міжнародні стандарти оцінки та Норми професійної діяльності оцінювача України вимагають застосування в процесі оцінки об'єктів власності декількох підходів із наступним узгодженням результатів. Це пов'язано з тим, що кількість і якість інформації для використання того чи іншого підходу в різних ситуаціях не завжди відповідає необхідному рівню, тому об'єктивність результатів досягається лише в процесі їх інтеграції.

Список літератури

1. Мескон, М. Х. Основы менеджмента [Текст] / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. – М. : Дело, 1992. – 702 с.

2. Федонін, О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка [Текст]: навч. посібник / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2004. – 316 с.

3. Лапин, Е. В. Экономический потенциал предприятия [Текст] : монографія / Е. В. Лапин. – Сумы : Университетская книга, 2002. – 310 с.

4. Краснокутська, Н. С. Управління потенціалом підприємства: процесний підхід / Н. С. Краснокутська // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. – Харків : ХДУХТ, 2009. – Вип. 1 (9). – С. 276–286.

5. Кушнірова, Т. І. Основні підходи до оцінювання підприємницького потенціалу фірми [Електронний ресурс] / Т. І. Кушнірова, Т. С. Непомняща. – Режим доступу : < http://www.rusnauka.com/13_NPN_2010/ Economics/ 65579.doc.htm >.

Отримано 30.03.2011. ХДУХТ, Харків.
© І.О. Жувагіна, 2011.

УДК 65.011.4:658.87

С.М. Шинкар, канд. екон. наук
Л.І. Безгінова, канд. екон. наук

МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Систематизовано існуючі методи оцінки економічного потенціалу підприємства. Обрано ефективні методи оцінки економічного потенціалу для підприємств роздрібної торгівлі.

Систематизированы существующие методы оценки экономического потенциала предприятия. Выбраны эффективные методы оценки экономического потенциала для предприятий розничной торговли.

The existent methods of trade enterprise economic potential estimation are systematized. The effective methods of economic potential estimation are chosen for the retail business enterprises.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Ринкові відносини, які отримали розвиток майже в усіх галузях економіки України, вимагають виважених і своєчасних управлінських рішень, що ґрунтуються на всебічній оцінці внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства. Резерви підвищення рівня розвитку підприємства сконцентровані у внутрішньому середовищі, в той час як зовнішні чинники можуть складати передумови як позитивного, так і негативного напряму розвитку не тільки окремого підприємства, а й галузі загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Більшість дослідників схильні до використання вартісного підходу до оцінки наявності потенціалу. Так, існують різні класифікації численних методів і способів оцінки вартості підприємства, яка ототожнюється з розміром його майнового потенціалу [1 – 10]. Відповідно, класифікацію методів оцінки за таких умов можна здійснити за різними ознаками залежно від типів зв'язків ресурсів, процесів та отриманих результатів.

Метою роботи є систематизація існуючих методів оцінки економічного потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання. Завданням статті є вибір ефективних методів оцінки економічного потенціалу для підприємств роздрібної торгівлі з урахуванням галузевої специфіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Оцінку економічного потенціалу доцільно здійснювати за двома напрямами:

– оцінка наявності потенціалу;

– оцінка реалізації (ефективності використання) потенціалу.

На першому етапі дослідження розглянемо методи оцінки наявності потенціалу: по-перше, для того, щоб використовувати можливості, вони мають бути сформовані або наявні; по-друге, показники вартості, отримані при оцінці наявності, можуть використовуватись під час дослідження рівня використання потенціалу та перспектив його розвитку.

Якщо оцінка проводиться з позицій ефективності понесення витрат на створення об'єкта, то очевидно, що його вартість оцінюється постфактум. Коли враховується тільки теперішня ситуація, що склалась на ринку, то можна говорити про поточну оцінку вартості об'єктів. У тому випадку, коли визначають майбутню корисність від господарського використання об'єкта, тобто обчислюють розмір

чистого потоку капіталу, який отримає інвестор-власник від його експлуатації, то очевидно, що можлива вартість об'єкта розраховується аналітиком апріорно. Відповідно до цього, методологія оціночної діяльності поєднує три загальновизнаних підходи, кожен із яких характеризується власними методами та прийомами:

– підхід із погляду акумуляції активів – майновий (для підприємства як цілісного майнового комплексу) або витратний (якщо мова йде про оцінку окремих активів);

– порівняльний (ринковий) підхід;

– доходний підхід;

Кожен із підходів характеризується власним методичним інструментарієм. У рамках доходного підходу частіше використовують метод капіталізації та метод дисконтованих грошових потоків; витратний підхід передбачає застосування методів чистих активів та ліквідаційної вартості; при порівняльному підході – методи ринку капіталу, угод та галузевих коефіцієнтів. Такі методи як ринку капіталу, угод і галузевих коефіцієнтів застосовуються за умов ретельного відбору підприємства-аналогу, яке повинно бути того ж типу, що й об'єкт оцінки.

Під час оцінки можуть використовуватись комбінації згаданих підходів переважно тоді, коли об'єкт оцінки складається з декількох взаємопов'язаних об'єктів, які оцінюються окремо.

Зважаючи на переваги та недоліки кожного підходу, а також зміст інформації, необхідний для застосування відповідних методів, можна сформулювати загальні умови, коли їх використання дійсно буде виправданим для оцінки наявності потенціалу підприємств торгівлі:

– відносна стабільність і прогнозованість ринкового середовища (товарних ринків, споживчого та фінансового ринків), що забезпечує достовірність і об'єктивність оцінок;

– доступність інформації внутрішнього характеру про реальний стан об'єкта оцінки та його плани щодо характеру розвитку на певних сегментах споживчого ринку;

– більша частина доходів отримується завдяки наявності та експлуатації розвиненої матеріально-технічної бази (наприклад, за умов, коли основним напрямом операційної діяльності торговельного підприємства є надання торговельних площ і обладнання в оренду);

– метою оцінки є визначення межі понесених витрат на створення елементів потенцілу під час, наприклад, прийняття рішення про продаж/ліквідацію об'єкта або продовження діяльності на певному сегменті споживчого ринку;

– існування активного ринку купівлі–продажу готового торговельного бізнесу, де інформація щодо укладених угод і їх спеціальних умов є відкритою і достовірною;

– наявність і періодичне оновлення статистичних даних щодо значень галузевих мультиплікаторів.

Невідповідність цілей оцінки потенціалу торговельного підприємства визначеним вище умовам забезпечення релевантності її результатів або унеможливлює проведення оцінки взагалі, або робить таку оцінку необ'єктивною.

Наступним напрямом оцінки економічного потенціалу підприємства, відповідно з позицією, викладеною вище, є оцінка ефективності використання потенціалу. Її методичний інструментарій, на відміну від вартісної оцінки, є предметом наукових пошуків багатьох дослідників і на сьогоднішній день характеризується безліччю підходів. Так, О.В. Шеліхова, О.Д. Гладка, О.Ю. Андрєєва [1] пропонують класифікацію методичних підходів щодо оцінки використання потенціалу підприємств за напрямом формування інформаційної бази, способом відображення кінцевих результатів, можливістю розробки управлінських рішень і за способами оцінки.

Погоджуючись із більшістю класифікаційних ознак, на наш погляд, розподіл методів залежно від можливостей розробки управлінських рішень на одномоментні та стратегічні є полемічним. Автори даної класифікації не зосереджують уваги на змісті кожного методу та існуючих їх модифікаціях залежно від об'єкта або цілей оцінки. У даному контексті інтерес представляє дослідження С.В. Генералової, яка здійснює систематизацію методичного інструментарію з позицій структури потенціалу і пропонує розглядати методи оцінки ресурсного, виробничого й виробничо-економічного потенціалу підприємства [7]. Звичайно, зважаючи на склад елементів економічного потенціалу підприємств торгівлі, такий підхід не може бути прийнятий за основу оцінки потенціалу в торгівлі через відстуність такої складової як виробничий потенціал. Проте, наголошення на декомпозиції процесу оцінки за елементами потенціалу є доречним і має бути враховано при розробці методичного інструментарію, адаптованого до галузевої специфіки.

Досить поширеним є підхід, коли існуючі інструменти вимірювання економічного потенціалу підприємства являють собою окремі показники, що характеризують ефективність діяльності підприємства [2]. У якості досягнутого результату можуть бути використані виручка або прибуток від реалізації продукції, прибуток від звичайної діяльності до виплати податків або чистий прибуток.

Витрати, в свою чергу, можуть бути представлені сукупними активами, виробничою або повною собівартістю продукції.

Погоджуючись з правомірністю такого підходу, зазначимо, що виміряти економічний потенціал якимось одним показником неможливо. Тому розвиваючи традиційний підхід до вимірювання ефективності, автори схиляються до розробки певної системи оцінних показників. Один із варіантів оцінки економічного потенціалу підприємства запропоновано А.І. Ковальовим і В.П. Приваловим у праці [9]. Сформована сукупність показників, що відображає результати використання економічного потенціалу, охоплює переважно показники рентабельності (в розрізі її видів), оборотності (за статтями активів) та тривалості операційного та фінансового циклів.

Виміряти ефективність використання економічного потенціалу також можна відповідно до певного критерію, враховуючи усі функціональні складові економічного потенціалу. Досить цікавим із наукової точки зору є підхід [5], що грунтується на багатокритеріальному оцінюванні потенціалу. Автором визначено три основних критерії: «ефективність» як максимізація результатів у разі використання відповідних ресурсів; «стійкість» як збалансованість господарських дій під впливом внутрішнього й зовнішнього середовища; «порівнянність» як порівняння досягнутих економічних показників із середньогалузевими, нормативними або показниками конкурентів.

Декомпозицію системи показників оцінки використання потенціалу за його елементами пропонує також І.С. Ісаєва [3]. Хоча загальною спрямованістю розробленої системи є саме використання потеніалу, проте низка показників, на нашу думку, більшою мірою пов'язана з його наявністю (коефіцієнт оновлення обладнання, частка витрат на навчання, на премії тощо).

Запропоновані вище методики оцінки економічного потенціалу підприємства базуються на використанні лише коефіцієнтного методу та не передбачають будь-якого узагальнення результатів.

У даному контексті певний інтерес викликає праця П.А. Фоміна, М.К. Старовойтова [4], в якій автори пропонують визначення рівня використання виробничого потенціалу, крім коефіцієнтним, також бальним (рейтинговим) й експертним методами. На нашу думку, ця методика є більш повною.

Отже, для ефективного управління потенціалом необхідно визначити показники щодо оцінки складових його елементів і використовувати такі методи їх оцінки, на основі яких можна

прийняти управлінські рішення щодо вибору стратегії розвитку діяльності підприємства, що підвищувала б її конкурентоспроможність. Погоджуючись з авторським колективом [6], можна зазначити, що під час оцінки економічного потенціалу треба врахувати такі припущення:

1. Оскільки потенціал підприємства є системою взаємозалежних елементів, ступінь достатнього розвитку його складових оцінюється відносно максимальної «корисності» сукупного потенціалу, утвореної взаємодією всіх елементів [10].

2. Для виміру потенціалу підприємства необхідно створити комплекс кількісних і якісних параметрів, які охоплюють всю сукупність складових та їх чинників.

3. Комплекс параметрів має бути визначений з урахуванням галузевої специфіки підприємства, що аналізується.

4. Управління розвитком потенціалу доцільно проводити з урахуванням властивих для нього принципів.

Враховуючи наведені припущення, слід зазначити, що недоліком наведених вище методик є те, що у їх основі полягає ресурсний підхід, що відображає один із аспектів потенціалу.

Як справедливо вважає І.П. Оленко [8], інтерес під час управління потенціалом являє комплексна оцінка, яка базується як на визначенні величини потенціалу, так і на дослідженні динаміки змінювання у його стані й використанні. Вимірювання потенціалу повинно включати оцінку всіх його складових, враховуючи при цьому визначальні й різноманітні за своєю суттю чинники: рівень досягнення цілей підприємства, ефективність функціональних сфер діяльності, здатність системи управління до поступального самовдосконалення й саморозвитку і т.ін. Ефективність процесів управління потенціалом підприємства, тобто його використання й розвитку, є інтеграція ресурсів й зусиль, знань та навичок, задумів і вчинків, вирішень й дій і т.ін. Реалізація цих процесів є результатом синергетичного поєднання свідомості, управління й діяльності людини.

Комплексну оцінку потенціалу підприємства І.П. Отенко пропонує здійснювати з використанням сукупності показників у співставленні з цілями функціонування й розвитку підприємства [8].

У зв’язку з тим, що ресурсний потенціал підприємства розглядається як система ресурсів, що вступають у взаємодію й обумовлюють досягнуті результати, оцінка ефективності його використання може здійснюватися за традиційним витратним підходом. У такому разі підґрунтя її здійснення будуть складати розглянуті вище методики, в основі яких використання

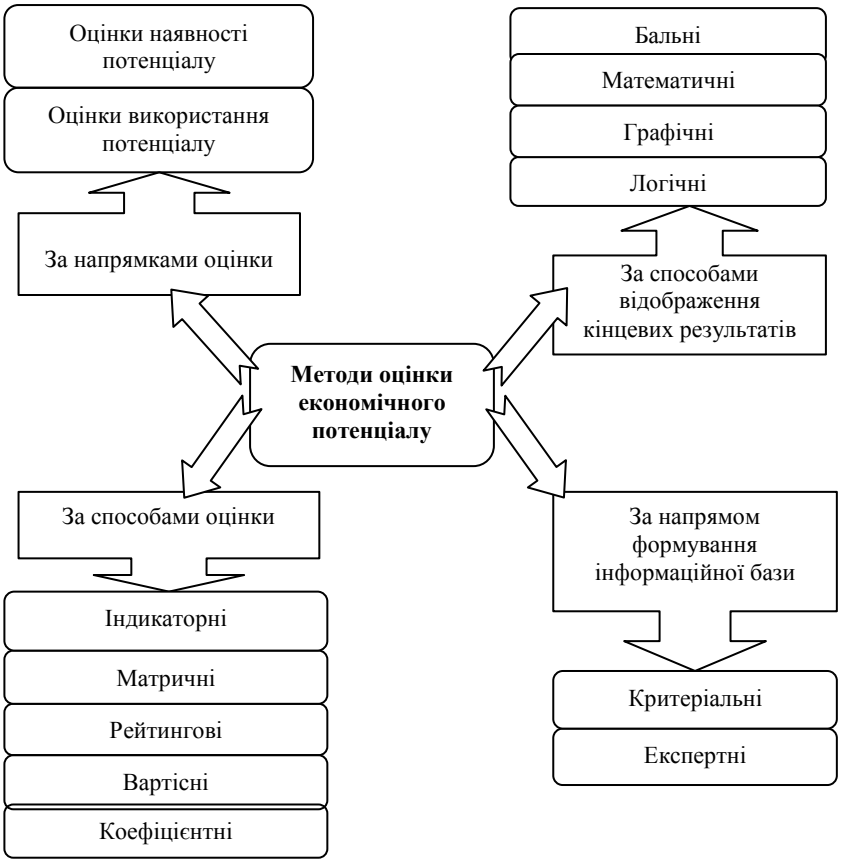

Рисунок – Класифікація методів оцінки потенціалу торговельного підприємства

коефіцієнтного методу, що дозволяє порівняти результати використання потенціалу із витратами на його створення. Зважаючи на безперечні переваги коефіцієнтного методу як вагомого аналітичного підґрунтя, слід зазначити, що розраховані часткові коефіцієнти ефективності використання окремих елементів ресурсного потенціалу дозволяють оцінити його розвиток лише в певних аспектах і не дають оцінити його в цілому. Тому для більш якісної оцінки складових елементів ресурсного потенціалу, на наш поглдяд, доцільним буде

використання рейтингового методу, який надає можливості для порівняння ефективності використання потенціалу з найкращими результатами використання за групою підприємств (встановленим нормативом, в динаміці тощо). Для формування кінцевих висновків щодо використання складових ресурсного потенціалу, на нашу думку, можливим є також застосування бального методу, хоча в такому разі посилюється суб'єктивність оцінки через можливі варіації у розробці шкали бальної оцінки.

Висновки. Підводячи підсумок проведеному дослідженню методичного інструментарію оцінки потенціалу торговельних підприємств, можна зазначити, що існування численних методів, які ґрунтуються на різних способах оцінки і часто не містять інструментарію отримання остаточних висновків, не сприяє формуванню єдиної методологічної бази. Маючи за мету систематизацію методичного інструментарію оцінки потенціалу та розвиваючи підхід О.В. Шеліхової, О.Д. Гладкої, О.Ю. Андрєєвої до її здійснення [1], нами пропонується класифікацію методів оцінки потенціалу доповнити ознакою «за напрямами оцінки» (рис.).

Враховуючи неоднорідність як ресурсного, так і організаційного потенціалу торговельного підприємства, наступні дослідження мають здійснюватися відокремлено за кожним напрямом.

Список літератури

1. Шеліхова, О. В. Аналіз методичних підходів щодо оцінки потенціалу підприємств будівельного комплексу [Текст] / О. В. Шеліхова, О. Д. Гладка, О. Ю. Андрєєва // Економіка будівництва і міського господарства. – 2007. – Т.3, №1. – С. 39 – 45.

2. Тесля, Н. С. Формирование экономического потенциала строительного предприятия в условиях диверсификации производства [Текст]: автореф. дис. … канд. экон. наук / Н. С. Тесля. – Ростов-на-Дону, 2006. – 22 с.

3. Исаева, Н. С. Управление потенциалом конкурентоспособности предприятий химической отрасли на основе аддитивного подхода [Текст]: автореф. дис. … канд. экон. наук / Н. С. Исаева. – Казань, 2007. – 22 с.

4. Фомин, П. А. Особенности оценки потенциала промышленных предприятий [Электронный ресурс] / П. А. Фомин, М. К. Старовойтов. – Режим доступа : < http://www.cis2000.ru/Budgeting/Ratios.shtml >.

5. Минаева, О. А. Инструменты измерения и методы управления экономическим потенциалом промышленной организации [Текст] : автореф. дис. ... канд. экон. наук / О. А. Минаева. – Волгоград, 2007. – 22 с.

6. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства [Текст]: монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Ю. Б. Іванова, д-ра екон. наук, проф. О. М. Тищенка. – Х. : ІНЖЕК, 2006. – 384 с.

7. Генералова, С. В. Методология и механизм индикаторной оценки производственно-экономического потенциала перерабатывающих

предприятий зернопродуктового подкомплекса АПК [Текст] : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / С. В. Генералова. – Саратов, 2007. – 38 с.

8. Отенко, И. П. Методологические основы управления потенциалом предприятия [Текст] : монографія / И. П. Отенко. – Х. : ХНЭУ, 2004. – 216 с.

9. Ковалев, А. И. Анализ финансового состояния предприятия [Текст] / А. И. Ковалев, В. П. Привалов. – изд. 3-е, испр., доп. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1999. – 216 с.

10. Экономическая стратегия фирмы [Текст] : учеб. пособ. / под ред. А. П. Градова. – СПб. : Спец.-Лит., 2000. – 589 с.

Отримано 30.03.2011. ХДУХТ, Харків.
© С.М. Шинкар, Л.І. Безгінова, 2011.

УДК 334.012.64:658.15

А.С. Кліщ, асп.

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО СТАНУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Систематизовано основні підходи до визначення фінансового стану малих підприємств, виокремлено основні напрями проведення оцінки фінансового стану малих підприємств, досліджено особливості фінансового стану малих підприємств у торгівлі.

Систематизированы основные подходы к определению финансового состояния малых предприятий, выделены основные направления проведения оценки финансового состояния малых предприятий, исследованы особенности финансового состояния малых предприятий в торговле.

The basic approaches to the determination of the financial state of small enterprises was systematized, basic directions of the financial state realization of small enterprises were distinguished, the features of financial state of small enterprises in trade were investigated.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Для підприємств, які функціонують в умовах ринкової економіки, фінансовий стан є віддзеркаленням ефективності їх діяльності. Особливо важливо підтримувати належний рівень фінансового стану підприємствам тих галузей, що відіграють значну роль в економічному житті країни. Підприємства торгівлі забезпечують насичення споживчого ринку необхідними товарами, шляхом доведення їх від виробника до споживача. При цьому на малі підприємства в торгівлі припадає більше 95% від загальної кількості підприємств торгівлі. Підкреслюючи вагомість малого бізнесу в торгівлі, слід зазначити, що