

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Харківський державний університет харчування та торгівлі

М.В. Чорна

І.О. Жувагіна

УДК.....

**ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

Монографія

Харків – 2014

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ.....	11
1.1. Трансформація підходів до визначення інвестиційного потенціалу підприємства.....	11
1.2. Концептуальна модель оцінки інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі.....	33
1.3. Систематизація методів оцінки інвестиційного потенціалу підприємства.....	48
РОЗДІЛ 2	
СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ.....	71
2.1. Чинники формування інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі.....	71
2.2. Науково-методичний підхід до оцінки сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі.....	83
2.3. Оцінка інвестиційної привабливості як зовнішньої складової інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі.....	103
РОЗДІЛ 3	
УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ.....	128
3.1. Розробка методичного підходу до оцінки інвестиційного	

	3
потенціалу підприємств роздрібної торгівлі.....	128
3.2. Матричний метод оцінки інвестиційного потенціалу підприємства.....	145
3.3. Імплементация науково-методичних підходів до оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі.....	159
ВИСНОВКИ.....	175
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	181
ДОДАТКИ	204
<i>Додаток А Підходи до сутності категорії «потенціал підприємства».....</i>	<i>205</i>
<i>Додаток Б Дефініції поняття «інвестиційний потенціал підприємства» в науковій літературі.....</i>	<i>206</i>
<i>Додаток В Принципи вартісної оцінки інвестиційного потенціалу підприємства.....</i>	<i>208</i>
<i>Додаток Д Вихідна інформація щодо мережних підприємств роздрібної торгівлі.....</i>	<i>210</i>
<i>Додаток Е Результати експертного опитування щодо значущості окремих показників та різних груп у загальній системі показників оцінки інвестиційної привабливості підприємств роздрібної торгівлі.....</i>	<i>215</i>
<i>Додаток Ж Експертні оцінки екстремальних значень показників оцінювання інвестиційної привабливості для підприємств роздрібної торгівлі.....</i>	<i>217</i>
<i>Додаток З Результати розрахунку ранжованого значення j-го показника з i-ої групи () за даними мережних підприємств роздрібної торгівлі.....</i>	<i>219</i>
<i>Додаток К Ресурсовіддача інвестиційних ресурсів мережних підприємств роздрібної торгівлі у 2010 р.....</i>	<i>223</i>

ВСТУП

За сучасних умов загострення конкурентної боротьби на споживчому ринку вимагає від підприємств роздрібної торгівлі посилення існуючих та формування нових конкурентних переваг, що забезпечується розвитком їх інвестиційного потенціалу. Запорукою зміцнення інвестиційного потенціалу торговельних підприємств є застосування ефективного управління, складовою якого виступає його оцінка. Це обумовлює необхідність удосконалення системи оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі та забезпечення її відповідності сучасним вимогам практики.

Проблеми оцінки потенціалу підприємства досліджувалися багатьма відомими науковцями, а саме: В. Довбенко, С. Козьменко, І. Куліковим, О. Лапіним, І. Отенко, П. Перервою, А. Самоукіним, Л. Стрелковою, О. Тищенком, Н. Трофименко, О. Федоніною, П. Фоміним та ін. Вирішенням питань оцінки інвестиційного потенціалу займалися Абікаєв Н., Бойчук Р., Бочаров В., Горшков Р., Ващенко Н., Катасонов В., Леонов С., Литюга Ю., Новосьолова З., Пилюшенко В. та ін. Значна увага приділялась визначенню сутності та складу інвестиційного потенціалу підприємств, розгляду підходів до його формування, систематизації принципів оцінки та її інформаційного забезпечення. Проблеми врахування галузевої специфіки під час оцінки інвестиційного потенціалу підприємств торгівлі знайшли відбиття в роботах Боліновської Н., Ващенко Н., Власової Н., Гречиної І., Краснокутської Н. та ін.

Однак окремі аспекти теоретичного обґрунтування та методичного забезпечення оцінки інвестиційного потенціалу потребують уточнення. Так, проблема оцінки інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі не є системно розробленою внаслідок її розгляду як одного з аспектів оцінки економічного потенціалу підприємства в цілому; перевага в сучасних дослідженнях надається інвестиційній привабливості підприємства та її оцінці; відсутнє достатнє висвітлення принципово важливих питань, пов'язаних із цілісною, системною і комплексною оцінкою інвестиційного потенціалу, що

враховує галузеві особливості діяльності підприємств роздрібної торгівлі. Крім того, перманентна трансформація конкурентних умов вітчизняного споживчого ринку викликає необхідність удосконалення теоретико-методичних підходів до оцінки інвестиційного потенціалу, у тому числі формуванні адекватної моделі оцінки інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі та відповідного методичного забезпечення.

Недостатня теоретико-методична розробленість питань дослідження інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі та його оцінки, а також їх практична значущість для вітчизняних підприємств зумовили вибір теми наукового дослідження.

У монографії наведено результати розвитку теоретичних положень і розробки методичних рекомендацій для удосконалення системи оцінки інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі.

Автори висловлюють подяку за підтримку цього видання першому проректору Харківського державного університету харчування та торгівлі Янчевій Ліані Миколаївні та завідувачці кафедри економіки підприємств харчування та торгівлі Харківського державного університету харчування та торгівлі Власовій Наталії Олексіївні?????????

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Обраний напрям дослідження пов'язаний із загальною тематикою наукових досліджень кафедри економіки підприємств харчування та торгівлі Харківського державного університету харчування та торгівлі, де виконано роботу, зокрема з держбюджетними науково-дослідними темами: № 0106U012033 «Управління потенціалом торговельного підприємства» (особистий внесок полягає узагальненні та систематизації інформації з оцінки інвестиційного потенціалу підприємств торгівлі); № 0108U009977 «Оцінка конкурентостійкості торговельного підприємства» (особистий внесок полягає в обробці та систематизації інформації щодо розвитку вітчизняних підприємств роздрібної торгівлі).

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є обґрунтування

теоретико-методичних положень та розробка практичних рекомендацій щодо оцінки інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі.

Для досягнення поставленої вирішено такі завдання:

узагальнено підходи до дефініції інвестиційного потенціалу підприємства та уточнено його сутність;

розроблено концептуальну модель оцінки інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі;

систематизовано методи оцінки інвестиційного потенціалу та визначено можливості їх застосування для підприємств роздрібної торгівлі;

визначено чинники впливу на інвестиційний потенціал підприємств роздрібної торгівлі;

розроблено науково-методичний підхід до оцінки сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі;

визначено характерні риси та особливості розвитку інвестиційного потенціалу сучасних підприємств роздрібної торгівлі;

обґрунтовано методичний підхід до оцінки рівня розвитку інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі;

удосконалено методи оцінки внутрішнього інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі;

здійснено імплементацію науково-методичних підходів до оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі.

Об'єктом дослідження є процес оцінки інвестиційного потенціалу підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні, науково-методичні та практичні засади оцінки інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі.

Методи дослідження. Теоретичним підґрунтям дослідження стали наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених, законодавчі та нормативні акти України. У роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження. Досягнення мети дослідження базувалося на системному підході

до вивчення економічних явищ, зокрема на фундаментальних положеннях економічної теорії та теорії менеджменту, методології економічного аналізу, прийняття рішень. Теоретичні та прикладні аспекти роботи вивчались із застосуванням таких методів: структурно-логічного аналізу – під час дослідження сутності та обґрунтування складових інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі; компаративного аналізу – під час систематизації методів оцінки інвестиційного потенціалу підприємства; комплексного аналізу – для оцінки впливу чинників зовнішнього середовища на формування інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі; кореляційного аналізу – для визначення міцності зв'язку між основними чинниками впливу на формування інвестиційного потенціалу сучасних підприємств роздрібної торгівлі; коефіцієнтного – для оцінки інвестиційної привабливості мережних підприємств роздрібної торгівлі; експертної оцінки – для визначення значущості окремих показників та різних груп у загальній системі показників оцінки інвестиційної привабливості підприємств роздрібної торгівлі; матричного – для оцінки можливостей забезпечення потреб простого / розширеного відтворення підприємств роздрібної торгівлі; економіко-статистичного і економіко-математичного – для оцінки рівня внутрішнього інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі; графічного – для схематичного відображення низки теоретичних та практичних положень та ін.

Інформаційну базу дослідження становили: офіційна інформація Державної служби статистики України, показники статистичної та фінансової звітності підприємств роздрібної торгівлі, дані мережі Internet, власні аналітичні розрахунки. Обробка даних здійснювалася за допомогою сучасних інформаційних технологій.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у наступному:

уперше:

розроблено концептуальну модель оцінки інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі за двома блоками відповідно до його складових (внутрішній, зовнішній потенціал), в межах кожного обґрунтовано

мету, принципи, методи, критерії, показники та визначено необхідне інформаційне забезпечення процесу оцінки з позиції внутрішніх та зовнішніх користувачів. Її застосування забезпечить системний науковий підхід до оцінки наявності й ефективності використання інвестиційного потенціалу підприємства, а, отже, дозволить отримати найбільш об'єктивні та адекватні результати оцінювання;

удосконалено:

методичний підхід до оцінювання рівня розвитку інвестиційного потенціалу (інвестиційної потужності) підприємства роздрібної торгівлі, який, на відміну від існуючих, передбачає порівняння значення показника доходу на вкладений капітал конкретного підприємства із середньогалузевим та/або за спорідненими видами бізнесу його значеннями, що дозволяє обґрунтувати доцільність простого та/або розширеного відтворення;

матричний метод оцінки внутрішнього інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі, який, на відміну від існуючих, базується на застосуванні утворених коефіцієнтами достатності та перспективності матриць і дозволяє визначити відповідність розвитку внутрішнього інвестиційного потенціалу до забезпечення потреб простого або розширеного відтворення підприємства роздрібної торгівлі;

методичний підхід до ідентифікації виду (просте, розширене) та типу (екстенсивне, інтенсивне) відтворення підприємства роздрібної торгівлі, який, на відміну від існуючих, передбачає врахування динаміки обсягу товарообороту та показника ефективності використання торговельної площі, що дозволяє спрогнозувати необхідний обсяг інвестиційних ресурсів підприємства роздрібної торгівлі в умовах невизначеності зовнішнього середовища;

набуло подальшого розвитку:

понятійний апарат шляхом уточнення змісту поняття інвестиційний потенціал підприємства роздрібної торгівлі як комплексної системи, яка містить інвестиційно-фінансову (ресурси), управлінську (компетенції) та

результуючу підсистеми, спрямовані на забезпечення цілей простого та/або розширеного відтворення відповідно загальній стратегії розвитку підприємства;

класифікація чинників впливу на інвестиційний потенціал підприємств роздрібної торгівлі шляхом упорядкування існуючих ознак і доповнення новими, а саме: за галузевим впливом, за впливом на складові потенціалу, що дозволяє визначити можливості розвитку потенціалу відповідно до загальної стратегії підприємства;

науково-методичний підхід до оцінки сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі завдяки застосуванню сформованої індексами сприятливості матриці та обґрунтуванню послідовності процесу оцінки, що дозволяє виявити найбільш сприятливі чинники зовнішнього середовища для нарощення інвестиційно-фінансової складової та/або реалізації наявних можливостей інвестиційного потенціалу підприємства.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

1.1. Трансформація підходів до визначення інвестиційного потенціалу підприємства

Сучасне складне й динамічне ринкове середовище, зростаючий інтерес до проблем якості вимагає від українських підприємств постійного вдосконалювання систем управління, зокрема управління ресурсами і можливостями.

Наявність різноманітних джерел невикористаних можливостей покращення результатів діяльності підприємства та складного механізму взаємодії між ними зумовили введення в економічну науку поняття потенціал [1]. Дослідження опублікованих наукових робіт свідчить про відсутність серед науковців і дослідників єдиної точки зору з питання визначення потенціалу, розуміння його сутності та структурних елементів.

Систематизація існуючих підходів до визначення поняття «потенціал» (табл. А.1, додаток А) дозволила виділити такі позиції до його трактування:

- 1) сукупність ресурсів [2; 3];
- 2) результат відносин між суб'єктами господарської діяльності [4; 5];
- 3) здатність наявних ресурсів створювати вартість [6 – 10];
- 4) можливість [11].

Наявність значного спектру кількісного і якісного визначення потенціалу як: економічних ресурсів, обсягу виробленої продукції та послуг у виробничій і невиробничій сфері діяльності, сукупної здатності наявних економічних ресурсів створювати певну кількість споживних вартостей, обумовлює необхідність комплексного підходу до дослідження потенціалу в цілому та

інвестиційного потенціалу зокрема [12]. Незважаючи на різницю в акцентах, загальним для наведених визначень потенціалу є його зв'язок з: 1) внутрішніми ресурсами і можливостями; 2) умовами, що сприяють реалізації цих можливостей (рис. 1.1.).



Рис. 1.1. Економічна сутність потенціалу підприємства (розроблено авторомами???)

Аналіз проблем економічного потенціалу передбачає визначення сутності одного з головних понять – інвестиційного потенціалу, яке в економічній літературі трактується по-різному.

Функціонування та ефективність діяльності підприємства безпосередньо обумовлені наявністю та ефективністю використання його потенціалу та його конкретних видів. Так, виробнича діяльність обумовлена використанням виробничого потенціалу, фінансова – фінансовим, інноваційна – інноваційним, інвестиційна – інвестиційним, організаційна – організаційним, управлінська – кадровим потенціалом тощо.

Сучасна економічна наука дискутує, оцінюючи проблемні питання, пов'язані з формуванням та використанням потенціалу підприємства. Так, у сучасних дослідженнях значна увага спрямовується в бік економічного [13; 14; 15 – 17], виробничого [18 – 21], інноваційного [22 – 28], кадрового [29 – 32], маркетингового [33 – 35] потенціалу тощо. Інвестиційний же потенціал підприємства на сьогодні залишається практично не дослідженим – особливо питання конкретизації термінології.

Досить часто інвестиційний потенціал ідентифікують з фінансовим і називають інвестиційно-фінансовим [36 – 39], або інноваційним – інвестиційно-інноваційний потенціал [40 – 42]. Така ідентифікація є економічно не виправданою, оскільки ці поняття мають різну внутрішню сутність і пов'язані лише деякими аспектами. Така синонімізація негативно відбивається і на визначенні самої сутності інвестиційного потенціалу та на його оцінці.

Інвестиційний потенціал відображає можливість і готовність господарюючого суб'єкта до тих видів інвестиційної діяльності, які забезпечать досягнення інвестиційних цілей. Але, не зважаючи на зв'язок з інвестиціями, інвестиційний потенціал не можна ототожнювати з ними, оскільки він «характеризує певний стан, який реалізується через механізм інвестицій на підприємстві» [43].

У сучасній економічній літературі поняття інвестиційного потенціалу розглядається в різних якісних характеристиках, що свідчить про багатогранність даної категорії та її важливість для науки й практики [44].

Так, Ф.С. Тумусов трактує це поняття як сукупність інвестиційних ресурсів, що складають ту частину накопиченого капіталу, яка представлена на інвестиційному ринку у формі потенціального інвестиційного попиту, який спроможний і має можливість перетворитися на реальний інвестиційний попит, що забезпечує задоволення матеріальних, фінансових і інтелектуальних потреб відтворення капіталу [45]. Інші автори розглядають інвестиційний потенціал у взаємозв'язку з кількістю розроблених (або тих, що розробляються)

інвестиційних проектів [46; 47]. На думку російського дослідника Р.А.Кармова, вище наведені визначення передбачають застосування до інвестиційного потенціалу поняття «інвестиційна ємність» або «інвестиційна потреба» [48].

Академік Хачатуров Т.С. розкриває це поняття на базі галузевого підходу, який заснований на аналогії між інвестиційним потенціалом і комплексом фондоутворюючих галузей (машинобудування, будівництво, виробництво будівельних матеріалів і ін.) [49]. Однак це визначення фактично звужує сутність досліджуваного поняття і зводить його до поняття «виробничий потенціал». Зауважимо, що даний термін може застосовуватися для характеристики можливих у перспективі вкладень, які певною мірою можуть непрямо залежати від розміру раніше накопичених основних засобів, але ця залежність не є прямолінійною. Тому ототожнення інвестиційного потенціалу з основними засобами виробництва, які має підприємство, є досить дискусійним.

Вихідним постулатом теорії ринкової економіки є обмеженість ресурсів та їх нерівноцінний розподіл між суб'єктами економічних відносин, у т.ч. підприємствами. Із цього виходить, що кожний суб'єкт господарювання, як елемент загальної господарчої системи, має або може мати певні види переваг. Виходячи з цього Чуб Б.А. і Яремчук Н.С. відзначають, що потенціал може розглядається як можливість і готовність суб'єктів ринку спеціалізуватися на тих видах діяльності, за якими в конкретний момент часу є абсолютні або порівняльні переваги [50; 51].

Саме на теорії абсолютних і порівняльних переваг заснований ще один підхід до визначення сутності інвестиційного потенціалу.

Абсолютні переваги визначаються геостратегічними, географічними, природно-кліматичними, демографічними умовами певної території, або регіону розташування підприємства, і визначають якість та вартість використовуваних матеріальних і фінансових ресурсів, їх ціну та обсяг, рівень розвитку банківської системи країни, наявність кваліфікованих кадрів у країні

або регіоні, рівень доходів населення (що впливає на доходи підприємства роздрібною торгівлі, а через це і на його фінансове становище) тощо. Порівняльні переваги в рамках сучасної науки можуть бути обумовлені інвестиційним потенціалом, що дозволяє реалізовувати стратегії зниження витрат або диференціювати асортимент продукції, яка реалізується. Тому часто для збереження конкурентоспроможності та завоювання порівняльної переваги окремому підприємству необхідно підтримувати високий рівень обслуговування (через підвищення кваліфікації працівників, удосконалення організації торгівлі тощо).

Одним із концептуальних підходів у визначенні інвестиційного потенціалу, є його розгляд як складової частини системного комплексу – «економічного потенціалу» [51 – 53], або як частини його окремих складових, наприклад, фінансового.

Економічний потенціал розглядається як система, яка складається із взаємопов'язаних підсистем – потенціалів різного характеру [12; 54; 55]. Тобто потенціал більш високого рівня (економічний) складається з потенціалів більш низького рівня (фінансовий, виробничий, організаційний тощо). Взаємний вплив потенціалів одного рівня обумовлений такими властивостями економічних ресурсів, як взаємозамінність і взаємодоповнюваність. Взаємозамінність передбачає, що зменшення або збільшення в системі одного ресурсу може бути компенсоване в певних пропорціях іншим ресурсом. Згідно із властивістю взаємодоповнюваності, збільшення в системі одного економічного ресурсу припускає одночасне збільшення кількості іншого ресурсу [56].

Так, в економічній літературі вважається, що ресурси інвестиційного потенціалу утворюють засоби виробництва, призначені для виробництва товарів і послуг [50]. До цієї категорії належить частина економічних ресурсів у вигляді основних виробничих і невиробничих фондів усіх галузей економіки, запаси й ресурси предметів виробничого призначення (предметів праці) і

предметів тривалого користування [52].

Відзначимо, що в рамках даного підходу відсутня єдина думка щодо розгляду інвестиційного потенціалу як складової економічного потенціалу [52; 57; 58], або як складової потенціалів нижчого рівня.

Зокрема вітчизняний дослідник Лапін Є.В. розглядає інвестиційний потенціал як одну зі складових частин виробничого потенціалу підприємства [13]. За його визначенням, інвестиційний потенціал характеризується здатністю підприємства формувати власні й позикові інвестиційні ресурси. Структурно інвестиційний потенціал складається з потенціалу виробничих (капітальних) інвестицій та потенціалу фінансових інвестицій [13, с. 172].

Ємельянов О.Ю. і Сегедій О.М. ототожнюють його з можливостями підприємства ефективно залучати інвестиційні ресурси з метою свого розвитку [59]. Інтегруючи поняття інвестиційного і інноваційного потенціалу в єдине ціле, ці автори пропонують здійснювати його оцінювання на підставі розрахунку раціональних обсягів інвестицій, які доцільно вкласти у розвиток певного підприємства, зокрема у виробництво ним певних видів інноваційної продукції.

Одним із основних проблемних питань теорії потенціалу є ототожнення фінансового та інвестиційного потенціалу, що досить поширене в сучасних дослідженнях. Так, В. І. Довбенко та В. М. Мельник трактують інвестиційний потенціал як наявні і приховані можливості підприємства щодо простого і розширеного відтворення [55]. Згідно з цією думкою, інвестиційний потенціал є головною складовою фінансового потенціалу підприємства.

Інші дослідники [37; 59] також розглядають інвестиційний потенціал у сукупності з фінансовим потенціалом і визначають фінансово-інвестиційний потенціал як сукупність фінансових і інвестиційних ресурсів підприємства, які дозволяють йому здійснювати ефективну інвестиційну діяльність, спрямовану на забезпечення його ефективної та стійкої господарської діяльності. На їх думку, інвестиційний потенціал формується під впливом двох основних груп

чинників:

- чинники, що обумовлюють нагромадження інвестиційних ресурсів підприємства;
- чинники, що впливають на формування інвестиційних потреб підприємства.

Таке бачення підтверджує наявність щільного зв'язку між інвестиційним і фінансовим потенціалом.

Проте, з нашої точки зору, не зовсім доречно підпорядковувати інвестиційний потенціал лише одному з видів економічного потенціалу. Різні види потенціалу є взаємовизначальними, один із них створює передумову ефективності іншого. І навпаки. Так, спроможність підприємства створювати, накопичувати та використовувати інвестиційні кошти, здійснювати інвестиційну діяльність, перш за все визначається впливом внутрішніх чинників, пов'язаних із різними аспектами діяльності підприємства. На це впливає наявність і стан не лише фінансових, а й трудових, матеріальних, нематеріальних, організаційних, управлінських ресурсів, а також можливості підприємства щодо ефективного управління та розвитку.

Проф. Леонов С.В. запропонував виокремити такі науково-методичні підходи до розуміння сутності інвестиційного потенціалу: ресурсний; ринковий; імовірнісний; структурний; результатний; ємнісний [60]. Проте, слід відзначити, що дослідження науковця стосувалося в цілому даної категорії як такої. Але поняття «інвестиційний потенціал» використовується на різних рівнях – мікро-, мезо- та макрорівня, що обумовлює певні особливості трактування його економічної сутності та змісту. Це певною мірою ускладнює процес дослідження й спричинює неоднозначність їх розуміння.

На мезо- та макрорівні інвестиційний потенціал розглядається як комплексна характеристика сукупної здатності економіки галузі, регіону або держави здійснювати інвестиційну діяльність в усіх сферах, що охоплює не тільки наявні інвестиційні ресурси, але й сукупність об'єктивних передумов для

інвестування, тобто так само визначається рівнем розвитку та ефективності часткових потенціалів [61]. Склад часткових потенціалів на цих рівнях є відмінним за склад економічного потенціалу конкретного підприємства (фінансово-економічний, виробничий, ресурсно-сировинний, інноваційний, трудовий, інституціональний, інфраструктурний, соціальний потенціали регіону, держави); якісно вищим є також змістовний склад кожного з цих потенціалів.

Крім того в різних галузях та сферах економічної діяльності існує низка особливостей, які впливають на здійснення інвестиційної діяльності, формування і використання інвестиційного потенціалу підприємств. Ці особливості визначають основні напрямки диверсифікації діяльності, можливі шляхи використання інвестиційного потенціалу.

Деякі науковці розглядають його в динаміці [61; 62], відзначаючи, що його формування, стан та ступінь використання значною мірою визначаються як зовнішніми (ендогенними) чинниками впливу, зумовленими розвитком та рівнем ефективності використання інших складових економічного потенціалу підприємства, що, власне, і зумовлює доцільність розгляду інвестиційного потенціалу у тісному взаємозв'язку з ними, так і екзогенними чинниками, зумовленими станом та характеристиками макросередовища, в якому функціонує підприємство. Погоджуємося з думкою Покатаєвої К.П., що розгляд тільки з позицій ресурсного підходу означатиме «розуміння інвестиційного потенціалу лише як сукупності фінансових ресурсів для здійснення інвестиційної діяльності» [61, с. 265].

Узагальнюючи існуючі підходи, вважаємо більш доречною інтерпретацію інвестиційного потенціалу підприємства через сутність поняття потенціалу як економічної категорії, що являє собою наявні ресурси, можливості, запаси, кошти, компетенції, які можуть бути використані для досягнення або здійснення чогось.

Так, виходячи зі змісту поняття «потенціал» Новосьолова З.К. формулює

визначення інвестиційного потенціалу як сукупності різних видів ресурсів, що визначають можливості залучення та освоєння отриманих інвестицій [63, с. 9]. Автор підкреслює, що інвестиційний потенціал може розглядатися з внутрішньої і зовнішньої позицій, як інвестиційна потужність та інвестиційна привабливість підприємства. При цьому інвестиційна потужність підприємства характеризує наявність можливостей ефективного освоєння отриманих ресурсів та є внутрішнім показником інвестиційного потенціалу. Інвестиційна привабливість відображає наявність показників, що визначають попит на підприємство як об'єкт інвестування, і виступає зовнішнім інтегральним параметром інвестиційного потенціалу, що визначається зовнішніми зацікавленими особами [63, с. 10]. Далі науковець розглядає ці дві характеристики інвестиційного потенціалу як окремі системи, що складають у свою чергу з підсистем нижчого рівня. Так, інвестиційна потужність підприємства містить виробничо-збутовий, кадровий, фінансовий, інноваційний, соціальний потенціали. Інвестиційна привабливість – привабливість продукції, кадрову, фінансову, інноваційну, соціальну привабливості.

Аналогічної позиції дотримується О. Шулекіна, яка виокремлює зовнішній та внутрішній інвестиційний потенціал [64].

Звернемо увагу на наступний важливий момент. У науковій літературі часто виникає плутанина між двома економічними поняттями “інвестиційний потенціал” та “інвестиційна привабливість”, зокрема на мікрорівні, що пояснюється неоднозначністю місця підприємства в інвестиційному процесі, коли воно може виконувати одночасно ролі ініціатора і об'єкта інвестицій [61].

Погодимося із деякою схожістю даних понять, однак відзначимо їх не тотожність, що й обумовлює необхідність їх детальнішого вивчення.

Так, на думку Покатаєвої К.П., інвестиційний потенціал виступає характеристикою спроможності підприємства щодо інвестування. Із цієї позиції поняття «інвестиційний потенціал» використовується, як правило, для

внутрішніх потреб управління з метою обґрунтування здатності підприємства щодо використання тих чи інших інвестиційних можливостей, тобто виступає зовнішнім оточенням, середовищем прийняття інвестиційних рішень підприємства [61]. Таким чином інвестиційний потенціал підприємства виражає ризик через зниження його інвестиційних можливостей.

Інвестиційна привабливість підприємства є складним, багатоаспектним поняттям оціночного характеру. Її рівень формується під впливом багатьох внутрішніх і зовнішніх факторів розвитку підприємства. Інвестиційна привабливість характеризує доцільність щодо інвестування в підприємство в термінах здійснення інвестиційної діяльності з максимальним ефектом за мінімальних витрат, або іншими словами – виступає як сукупність характеристик, які дозволяють потенційному інвестору оцінити ступінь привабливості конкретного об'єкта інвестицій для вкладання наявних коштів у порівнянні з іншими. На думку деяких дослідників, це поняття є ширшим, і «в більшості випадків використовується для потреб інших суб'єктів економіки», зокрема потенційних інвесторів, ринкових аналітиків тощо, тобто є «підґрунтям прийняття ними інвестиційних рішень стосовно підприємства, тому одночасно містить в собі і характеризує його інвестиційний потенціал» [61, с. 264]. Таким чином, інвестиційний потенціал може розглядатися як одна зі складових інвестиційної привабливості, що дозволяє спрогнозувати інвестиційний ризик під час розробки інвестиційної стратегії підприємства [65].

Проте існує й інша думка, за якою інвестиційна привабливість розглядається як характеристика або властивість інвестиційного потенціалу підприємства [64]. Саме цієї позиції будемо дотримуватися під час проведення даного дослідження. Справа в тому, що інвестиційний потенціал підприємства визначає його сукупну здатність здійснювати інвестиційну діяльність, причому ступінь інвестиційної активності, ефективність інвестування та інвестиційної привабливості визначається рівнем (величиною), та мірою використання цього потенціалу [45; 66]. Тут приєднаємося до думки Леонова С.В., згідно якої

раніше наведене поняття «зовнішній інвестиційний потенціал» фактично збігається за змістом з інвестиційною привабливістю [60, с. 29].

Цікавою є позиція Абікаєва Н.А. і Бочарова В.В., які, аналізуючи структуру інвестиційного попиту, виділяють потенційний попит і конкретний попит (пропозиція капіталу) і на цій основі роблять висновок, що перший з них виникає при відсутності наміру суб'єкта господарювання при наявному доході (прибутку) спрямувати його на цілі нагромадження [67; 68]. Називаючи його формальним, Бочаров В.В. дає йому визначення інвестиційного потенціалу – джерела для майбутнього інвестування.

Вважаємо, що оскільки існує діалектичне протиріччя між власне споживанням і накопиченням, і лише реальне накопичення може виступати у формі потенційних інвестиційних ресурсів, то ототожнення доходу (прибутку) з інвестиційним потенціалом є не вірним.

Другий вид інвестиційного попиту Абікаєв Н.А. і Бочаров В.В. характеризують як конкретну реалізацію намірів суб'єктів інвестиційної діяльності на ринку інвестиційних товарів у формі пропозиції капіталу, тим самим передбачаючи наявність прямого зв'язку між потенціалом і його конкретною реалізацією [67; 68]. Реалізація інвестиційного потенціалу передбачає проведення разом із заходами, які забезпечують його формування і підвищення рівня, також комплекс заходів зі створення умов його включення в реальний інвестиційний процес і процес ефективної реалізації через мотивацію (активізацію) інвестиційного потенціалу.

Використовуючи ресурсний підхід, Катасонов В.Ю. підкреслює, що інвестиційний потенціал підприємства є максимально можливою сукупністю усіх власних ресурсів (фінансових, науково-технічних, кадрових), накопичених у результаті попередньої господарської діяльності підприємства, які можна використовувати для інвестиційної діяльності у формі капітальних вкладень [53]. Це визначення обмежує певним чином сферу формування і використання інвестиційного потенціалу. Тому, на нашу думку, більш доречним виглядає

визначення інвестиційного потенціалу як організованої сукупності наявних економічних ресурсів, що перебувають у системній єдності, а також зумовлених ними, за сучасного рівня розвитку, можливостей щодо мобілізації внутрішніх і зовнішніх інвестиційних коштів для реалізації стратегічних та тактичних цілей підприємства через механізм інвестування [61, с. 264].

У даному визначенні Покатаєвою К.П. відображено наступні характерні ознаки інвестиційного потенціалу підприємства [61]:

- охоплення сукупності економічних можливостей та ресурсів, як наявних у підприємства, так і тих, що можуть бути мобілізовані ним на зовнішньому ринку в умовах певної макроекономічної ситуації, яка склалася в країні, регіоні, окремій галузі;
- використання інвестиційного потенціалу передбачає наявність у підприємства системи стратегічних і тактичних цілей.

Отже, як і будь-який інший вид потенціалу, інвестиційний потенціал має двоїсту природу: він одночасно є результатом використання потенційних можливостей підприємства та виступає як фактор його подальшого розвитку за рахунок здійснення інвестиційної діяльності.

На наш погляд, розгляд змісту інвестиційного потенціалу лише в ресурсному аспекті є недоречним внаслідок значної ємності та складності. Принциповою відмінністю між поняттями «інвестиційні ресурси» і «інвестиційний потенціал» є те, що інвестиційні ресурси існують незалежно від суб'єктів економічної діяльності, а інвестиційний потенціал окремого підприємства, суспільства в цілому неможливо відокремлювати від суб'єктів діяльності.

Марголін А.М. і Гусаков М.Н. під «інвестиційним потенціалом» розуміють певним чином упорядковану сукупність інвестиційних ресурсів, що дозволяє досягти ефекту синергізму при їх використанні [69; 70]. Науковці виводять це визначення з визначення самого поняття «синергізм», яке характеризує перевищення сукупним результатом суми факторів, що його

складають. Однак ця позиція піддається критиці Повереновим В.В. через не розробленість кількісних вимірників синергетичного ефекту та, відповідно, неможливість визначити «упорядковану сукупність інвестиційних ресурсів» [71].

Як видно, трактування даної категорії з низки позицій перетинаються між собою, але межі між ними є досить умовні. Деякі дослідники взагалі розглядають інвестиційний потенціал з різних підходів, що підтверджує наше твердження, наведене вище. Важливою характеристикою інвестиційного потенціалу підприємства, яка має бути врахована під час дослідження, є його цільова спрямованість на одержання певного результату [59; 61; 72; 73].

Відзначимо, що підприємство є відкритою економічною системою, стан і процеси в якій значною мірою визначаються впливом зовнішнього середовища. Розглядаючи інвестиційний потенціал як окрему складову економічного потенціалу підприємства, підкреслимо наявність взаємного впливу інвестиційного, виробничого, фінансового та інноваційного потенціалу [74]. Необхідною умовою об'єктивного трактування даної категорії є врахування того факту, що наявні економічні ресурси та сформовані ними інвестиційні потужності підприємства можуть бути ефективно використані за умови грамотного управління ними, що передбачає наявність на підприємстві підприємницького або управлінського потенціалу як активного елементу економічного потенціалу, що формує інвестиційні продукти з використанням різних інструментів [75].

Проведений аналіз існуючих підходів до розуміння сутності інвестиційного потенціалу дозволяє стверджувати, що інвестиційний потенціал підприємства є комплексним поняттям, яке може розглядатися з різних позицій (табл. Б.1, додаток Б) [76]:

- по-перше, як складова (підсистема) економічного потенціалу;
- по-друге, як певна система (сукупність) ресурсів;
- по-третє, як здатність проводити інвестиційну діяльність;

по-четверте, як сукупність можливостей щодо вкладання кошів (інвестування);

по-п'яте, як спрямованість на конкретний результат.

Трактування інвестиційного потенціалу, наведені в економічній літературі, об'єднані нами за визначеними напрямками в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

**Підходи до визначення сутності інвестиційного потенціалу підприємства
(систематизовано автором)**

Підхід до визначення	Сутність
Інвестиційний потенціал як складова загального потенціалу	Є складовою потенціалу більш високого порядку (економічного, виробничого, інноваційного)
Інвестиційний потенціал як сукупність ресурсів	Є впорядкованою сукупністю фінансових та інвестиційних ресурсів
Інвестиційний потенціал як здатність	Визначає здатність (спроможність) підприємства здійснювати інвестиційну діяльність
Інвестиційний потенціал як можливість	Характеризує наявні і приховані можливості підприємства щодо простого і розширеного відтворення
Інвестиційний потенціал спрямованість на результат	Спрямований на забезпечення умов нормального відтворення і одержання додаткового прибутку

Таким чином, інвестиційний потенціал підприємства спирається на наявні знання, організаційний інтелект, що представляє собою здатність підприємства адаптувати трудовий, виробничий і фінансовий потенціал для здійснення інвестиційної діяльності. Ці фактори обумовлюють нагромадження

інвестиційних ресурсів, створюють умови формування інвестиційних потреб підприємства, які надалі можуть реалізуватися в ефективну інвестиційну стратегію.

Не зважаючи на загальні риси інвестиційного потенціалу, існують певні особливості відповідно галузевої належності підприємства. Це обумовлює необхідність детальнішого розгляду специфіки підприємств роздрібної торгівлі.

У результаті проведеного дослідження робіт визначних вітчизняних фахівців у галузі роздрібної торгівлі (Апопій В.В., Балабанова Л.В., Лігоненко Л.О., Мазаракі А.А., Власова Н.О., Чорна М.В. і т.д.) [77 – 81] також закордонних дослідників (Еванс Дж., Берман Д., Леви М., Бартон В., Крафт М., Мантрал М.К. та ін.) [82 – 84], було виділено основні характерні особливості роздрібної торгівлі, а саме:

- спрямованість на забезпечення задоволення потреб споживачів у товарах та послугах для особистого (кінцевого) споживання;
- низька фондомісткість торговельно-технологічного процесу внаслідок обмеженого переліку номенклатурних позицій необоротних активів, а також їх порівняна низька вартість, що зумовлює невелику потребу в капіталі для започаткування бізнесу та ефективного здійснення торговельної діяльності;
- висока швидкість обороту капіталу, низька рентабельність та короткий строк окупності вкладеного капіталу, що підвищує привабливість роздрібної торгівлі для інвесторів порівняно з іншими галузями;
- значний динамізм та висока гнучкість торговельно-технологічного процесу, що сприяє швидкій адаптації до змін кон'юнктури споживчого ринку та запитів споживачів;
- характерна структура капіталу: забезпечення додаткової потреби в оборотних коштах, яка зумовлена існуванням певного проміжку часу між надходженням товарів та їх реалізацією, як правило за рахунок короткострокових кредитів і кредиторської заборгованості, що пояснює порівняно менший рівень фінансової стійкості підприємств роздрібної торгівлі;

- наявність широкого асортименту та значна кількість постачальників у межах однієї асортиментної групи;

– територіальна поширеність в усіх регіонах країни.

Визначені особливості в роздрібній торгівлі чинять вплив на інвестиційний потенціал підприємств та підлягають урахуванню під час визначення сутності досліджуваного поняття поряд із його основним змістом.

З урахуванням наведеного вище та галузевої специфіки торгівлі можна відзначити, що всі види потенціалу підприємства роздрібною торгівлі не лише здійснюють взаємний вплив один на одного, але має місце їх взаємне проникнення [85; 86]. На рис. 1.2. наведено схему взаємозв'язку інвестиційного потенціалу та інших видів економічного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі, із якими відбувається найбільш тісний вплив (фінансовий, торговельно-технологічний, трудовий, інноваційний).

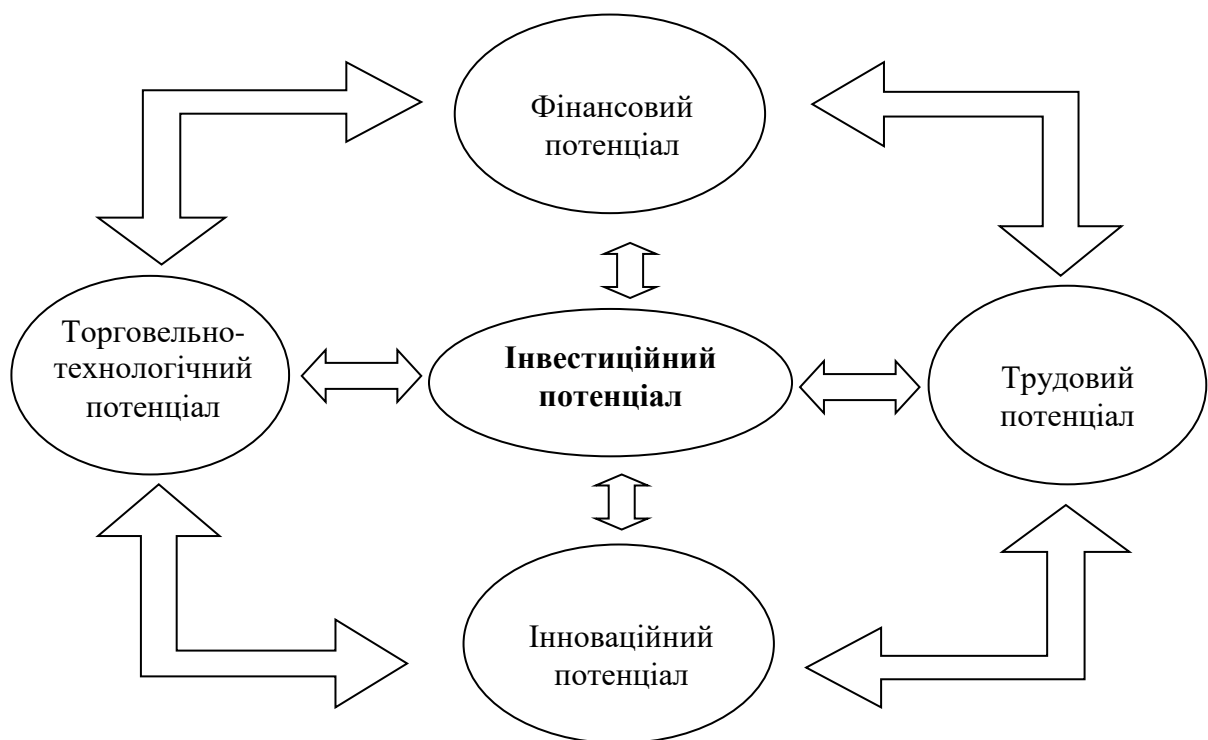


Рис. 1.2. Взаємозв'язок інвестиційного потенціалу з іншими складовими економічного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі (розроблено автором)

Для визначення сутності інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі виділимо основні його характеристики, базуючись на підході, згідно з яким зміст потенціалу складають дві компоненти (підсистеми):

- інвестиційно-фінансова;
- управлінська.

Інвестиційно-фінансова підсистема – це сукупність інвестиційних ресурсів (матеріальні (активи) та фінансові), залучених і не залучених з будь-яких причин у торговельний процес, які можуть брати участь в ньому.

Про справедливість визначення сутності поняття «потенціал» на основі виділення означених компонент свідчать наступні позиції відомих науковців, в яких до основних характеристик поняття «інвестиційний потенціал» відносять сукупні здібності та можливості системи, що аналізується. За думкою Балацького О.Ф., Лапіна Є.В., Акуленко В.Л. ці можливості можуть бути реалізовані тільки за наявності певних ресурсів [11]. Тобто, інвестиційний потенціал характеризується визначеним набором ресурсів, що мають дієві, конкретні, вивчені можливості, які вже в теперішній час можуть використовуватися в господарській діяльності. Ці ресурси повинні бути залучені у торговельно-технологічний процес або підготовлені до використання в господарській системі. Іншими словами, дане поняття характеризує досягнутий рівень розвитку.

Матеріальні ресурси підприємства роздрібної торгівлі, що характеризують його інвестиційний потенціал, можуть бути представлені:

- а) кількісно, тобто у вигляді товарів, торговельно-технологічного обладнання, будівель магазинів, торговельної площі тощо, виражених у натуральних і вартісних показниках;
- б) якісно – як оформлення торговельного залу, сталість і широта асортименту товарів, що реалізуються;
- в) структурно – через співвідношення різних ресурсів.

Відзначимо, що для роздрібно́ї торгівлі характерною є більша питома вага пасивної частини основних фондів у загальній їх структурі, що втілюється у торговельних і складських площах [159; 160].

З позиції інвестиційного потенціалу фінансові ресурси розглядаються як фінансові можливості підприємства роздрібно́ї торгівлі щодо ефективного здійснення інвестиційної діяльності і відображені у формах залучення і напрямках вкладення капіталу. Форми залучення капіталу підприємствами галузі різняться за об'єктами інвестування. За сучасних умов розвитку у роздрібній торгівлі вони можуть бути представлені у грошовій і товарній формах, лізингом, франчайзингом та ін.

Визначальною рисою різних економічних систем є особливості врахування альтернативної вартості при прийнятті рішень. Виходячи з цього більш ефективною вважатиметься та система, яка забезпечить найбільш повне врахування альтернативної вартості ресурсів, що використовуються. Характерною рисою будь яких ресурсів є їх обмеженість, тобто недостатність для задоволення всіх інвестиційних потреб підприємства роздрібно́ї торгівлі. Використання ресурсів на одні цілі неминуче виключає можливість їх альтернативного застосування. Це обумовлює пріоритетність вирішення питання оптимального використання доступних ресурсів. Згідно з концепцією альтернативної вартості, грошова оцінка ресурсів відображає їх цінність при найкращому альтернативному використанні [87]. Інвестиційна діяльність здійснюється з конкретною метою, оптимальне досягнення якої передбачає вибір оптимального із сукупності альтернативних рішень [88].

Разом з тим, розгляд потенціалу по відношенню до окремого підприємства роздрібно́ї торгівлі дозволяє говорити про інвестиційний потенціал, як вираз реальних здібностей до використання наявних ресурсів для досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства у сфері інвестиційної діяльності. Сукупність таких здібностей в економічній літературі визначаються як компетенції [63; 89; 90].

Цікавою є позиція Верби В.А. та Гребешкової О.М. щодо доцільності розгляду компетенцій підприємства у двох площинах: 1) компетентність як таку – для позначення наявності навичок (знань) у певній діяльності; 2) конгруентність – для позначення відповідності вимогам для проведення певної діяльності [91]. На нашу думку, саме у такому розумінні компетенції є складовою порівняльних переваг підприємства роздрібною торгівлі. Базуючись на представлених позиціях визначимо термін «компетенції» щодо управлінської підсистеми інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі.

Управлінська підсистема інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі охоплює компетенції, тобто здатності управлінського апарату та спеціалістів щодо створення і організації оптимального залучення та використання інвестиційних ресурсів, спрямовані на забезпечення ефективної інвестиційної діяльності, а саме забезпечення простого і розширеного відтворення, підвищення інвестиційної привабливості підприємства на ринку. Дані компетенції втілюються в якості, кількості, структурі управлінського персоналу та спеціалістів, які приймають і реалізують рішення інвестиційного характеру, виконуваних ними функціях та організаційної структурі управління, загальної для всього підприємства роздрібною торгівлі.

У підприємствах роздрібною торгівлі як правило відсутній персонал, що займається виключно формуванням та управлінням інвестиційним потенціалом. Дані функції в частині вирішення фінансових питань, прийняття рішень з розвитку, ведення обліку, аналізу і контролю виконуються спеціалістами й управлінськими працівниками. Тому ефективність управлінської підсистеми інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі можна оцінити через реалізовані управлінські рішення без необхідності у виділенні окремих показників для оцінювання.

Особливості інвестиційного потенціалу в підприємствах роздрібною торгівлі наведені в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

**Інвестиційний потенціал (ІП) підприємства роздрібною торгівлі
(розроблено автором)**

Підсистема	Складові	Особливості в роздрібній торгівлі
Інвестиційно-фінансова підсистема	Матеріальні	низька частка основних засобів та висока частка оборотних коштів у сукупних активах;
		переважна частка орендованої пасивної частини основних фондів;
		висока питома вага товарних запасів в оборотних активах;
	Фінансові	низька потреба у власному капіталу;
		використання переважно короткострокових позикових джерел для фінансування активів;
		висока швидкість обертання капіталу;
Управлінська підсистема	Здібності персоналу управління та спеціалістів	висока працемісткість;
		суміщення професій;
		висока мобільність трудових ресурсів.

У свою чергу ресурси і компетенції, виходячи з їх наявності та результатів використання, визначають можливості підприємства роздрібною торгівлі здійснювати інвестиційну діяльність.

Можливість є, по-перше, філософською категорією, під якою розуміють напрям розвитку, що присутній у кожному життєвому явищі, яке виступає, з одного боку, як те, що має відбутися, що розкриває зміст, а з іншого боку – як те, що пояснює [92]. Інше визначення подає можливості як систему зв'язків і відносин, що зумовлюють виникнення тенденцій, передумов змін, розвитку у певному напрямку, з певними передбачуваними результатами [93].

Перифразуючи останнє визначення, можливості як складова інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі характеризують систему інвестиційних зв'язків і відносин, що зумовлюють виникнення тенденцій та змін, спрямованих на забезпечення ефективного розвитку інвестиційної діяльності, тобто формують так звану результуючу підсистему інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі. Залежно від місця виникнення і впливу результати доцільно поділити на формальні і неформальні.

Узагальнюючи вище наведене, розроблено концептуальну модель інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі, яка відображає його бачення як комплексної системи, що являє собою сукупність окремих підсистем (інвестиційно-фінансової та управлінської), поєднання яких дозволяє досягти визначеної цілі щодо управління інвестиційної діяльності (рис. 1.3) [150].



Рис. 1.3. Концептуальна модель інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі (розроблено автором)

Виходячи з наявності трьох типів цілей (корпоративні, підприємницької діяльності та функціональні), що виділяються в стратегічному управлінні та необхідності забезпечення їх узгодженості [113], потрібно відзначити основні цілі формування і використання інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі.

Враховуючи ієрархічні зв'язки в межах економічного потенціалу та галузеву специфіку роздрібною торгівлі, за існування великої кількості цілей і задач інвестиційного управління [94, с. 42 – 44] формування і використання інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі повинно бути спрямоване на забезпечення наступних основних цільових показників діяльності підприємства:

а) забезпечення простого та/або розширеного відтворення, що визначається обсягами інвестування в діяльність підприємства роздрібною торгівлі та у свою чергу, визначає обсяги господарської діяльності підприємства роздрібною торгівлі (товарообороту);

б) забезпечення високих темпів економічного розвитку, які можуть проявлятися у прискоренні оборотності вкладеного капіталу, а через це впливатимуть на рівень його прибутковості і стійкості;

в) конкурентоспроможності на споживчому ринку, яка виступає як «узагальнююча оцінка його конкурентних переваг» з приводу формування інвестиційного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої завдяки цьому ефективності функціонування підприємства роздрібною торгівлі як системи [95].

Таким чином, уточнюючи існуючі підходи до даного поняття та базуючись на представленій концептуальній моделі, пропонується таке визначення інвестиційного потенціалу:

інвестиційний потенціал підприємства роздрібною торгівлі – це комплексна система, яка містить інвестиційно-фінансову (ресурси),

управлінську (компетенції) та результуючу підсистему, спрямовані на забезпечення цілей простого та/або розширеного відтворення відповідно загальній стратегії розвитку підприємства роздрібною торгівлі.

1.2. Концептуальна модель оцінки інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі

Одним з найбільш важливих факторів успішного функціонування підприємства роздрібною торгівлі є організація ефективної господарської діяльності, забезпечення високого рівня конкурентоспроможності, розробки дієвої стратегії розвитку. Основою для вирішення цих питань виступає економічний аналіз, який дає повну й об'єктивну інформацію для прийняття управлінських рішень у всіх сферах діяльності підприємства. Значної вагомості у сучасних умовах господарювання набуває питання оцінки інвестиційних можливостей господарюючого суб'єкта, тобто інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі (ІППРТ).

Оціночна система інвестиційного потенціалу підприємства має базуватися на спостереженнях, аналізі та оцінці інвестиційного потенціалу та слугувати цілям функціонування та розвитку підприємства роздрібною торгівлі, бути дієвим інструментом обробки інформації, засобом обґрунтування стратегічних рішень і визначатися потребами управління. Оцінка інвестиційного потенціалу стає необхідною на всіх стадіях підготовки і прийняття інвестиційних рішень, особливо на етапах формулювання мети, розробки рішення, відбору кращого з альтернативних варіантів та оцінювання результатів реалізації рішення.

Оцінка інвестиційного потенціалу підприємства і його елементів дозволяє ліквідувати протиріччя за умов різноприскореного та різноспрямованого руху його складових, управляти структурними елементами інвестиційного

потенціалу. Таким чином, оціночна система інвестиційного потенціалу за сутністю є частиною вимірювальної системи управління економічним потенціалом і розвитком торговельного підприємства.

У найбільш загальному вигляді під оцінкою розуміють результат визначення та аналізу якісних і кількісних характеристик об'єкту, яким управляють, а також самого процесу управління [11; 55].

Ряд науковців сутність оцінки зводять до визначення ринкової вартості об'єкта на основі економічних методів, що звужує її до оцінки еквіваленту цінності з орієнтацією на минулий і поточний стан без урахування можливостей розвитку [96; 97]. Колектив авторів під керівництвом А.Г. Грязнової трактує оцінку як цілеспрямований упорядкований процес визначення у грошовому вимірі вартості об'єкта з урахуванням факторів, що впливають на неї в конкретний момент часу в умовах конкретного ринку [97]. Тим самим підкреслюється значення вартості під час оцінки діяльності підприємства та акцентується увага на врахуванні таких чинників її формування, як час, ризик і ринкові фактори, у т.ч. ринкова кон'юнктура, рівень і модель конкуренції, макро- і мікроекономічне оточення, ризики, пов'язані з одержанням доходу, середньоринковий рівень доходності, ціни на аналогічні об'єкти, поточну ситуацію в галузі та економіці в цілому. Іншої позиції дотримується Чеботарьов Н.Ф., який розглядає оцінку з позиції потенціального і реального доходу, що приноситься об'єктом оцінки в даний момент часу [98, с. 11], тобто є прихильником доходного підходу.

Низка дослідників, розглядаючи концепцію вартості під час оцінки бізнесу, виокремлюють поняття «інвестиційна вартість бізнесу» [99]. Американська асоціація оцінників під інвестиційною вартістю («investment value») розуміє ціну (бізнесу) для індивідуального інвестора, засновану на індивідуальних інвестиційних вимогах і очікуваннях [100]. Російські оцінники розглядають це поняття як вартість об'єкта оцінки, визначену на основі його доходності для конкретної особи при визначених інвестиційних цілях [99].

Грязнова А.Г. та Федотова М.А. об'єднують наведені вище визначення, підкреслюючи, що, на відміну від ринкової вартості, яка визначається мотивами поведінки типового покупця і продавця, «інвестиційна вартість залежить від індивідуальних вимог до інвестицій, що подаються конкретним інвестором та являє собою вартість власності для конкретного інвестора за визначених цілях інвестування» [101, с. 22]. Серед причин, за якими інвестиційна вартість відрізняється від ринкової, ці дослідники виділяють оцінку майбутньої прибутковості, уявлення про ступінь ризику; податкова ситуація; сполученість з іншими об'єктами, які належать власнику або контролюються ним.

Наведені бачення оцінки пов'язані переважно з вартісним вимірюванням, але під час оцінки інвестиційного потенціалу підприємства важливо визначити не лише його величину, але й рівень ефективності використання. Тому вважається не доцільним їх застосування у первісному вигляді для оцінки інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі.

У разі розуміння оцінки як процесу послідовних дій для одержання певного результату, для запобігання плутанини в даній роботі цей процес будемо називати «оцінюванням», а результат – «оцінкою».

Найчастіше в науковій і методичній літературі механізм процесу оцінки потенціалу підприємства подається спрощено у вигляді взаємозв'язку цілей, інструментів, процесу управління оцінюванням [55, с. 65; 102, с. 80].

Проте оцінювання будь-якого явища або об'єкта (у тому числі інвестиційного потенціалу) є складним комплексним процесом, що передбачає наявність наступних взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих елементів [103]: суб'єкт; об'єкт; мета; критерії; показники; одиниці (шкали) вимірювання; методи; рішення з оцінки; результати. Схематично процес оцінки інвестиційного потенціалу подано на рис. 1.4.

Оцінка інвестиційного потенціалу підприємства проводиться для забезпечення загальних інформаційних потреб широкого кола внутрішніх і зовнішніх користувачів, які покладаються на неї як на основне джерело

інформації під час прийняття інвестиційних рішень. Ці користувачі виступають у ролі суб'єктів оцінювання, кожний з яких має визначені цілі. Основними внутрішніми суб'єктами оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі є: керівництво (менеджмент) і власники підприємства.

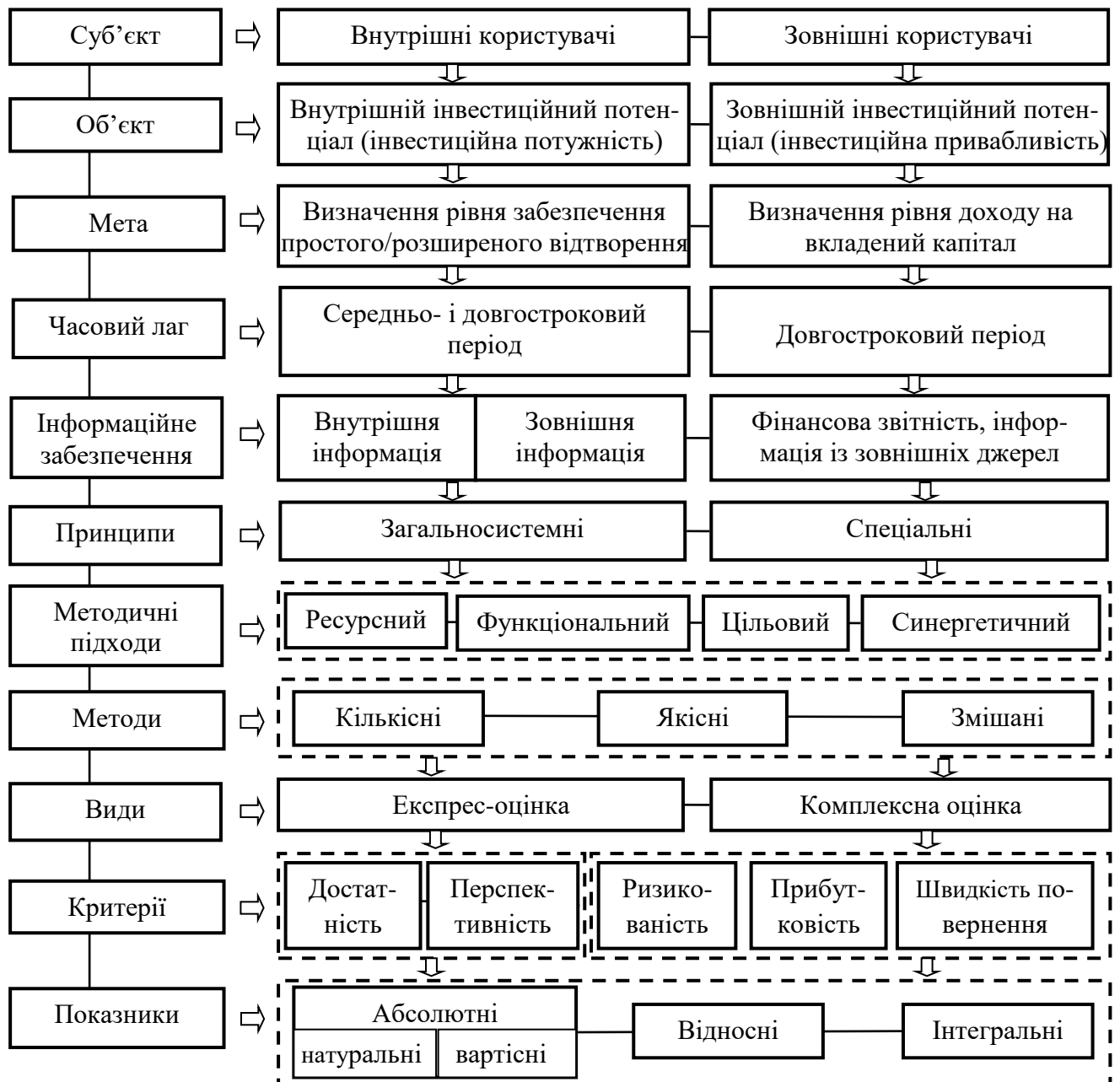


Рис. 1.4. Схема концептуальної моделі оцінки інвестиційного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі (розроблено автором)

Зовнішніми суб'єктами оцінювання виступають інвестори підприємства (у тому числі потенційні), інвестиційні компанії, фінансові аналітики, конкуренти тощо. Різні наміри, які переслідують зовнішні і внутрішні суб'єкти, обумовлює виділення різних аспектів в межах виділених елементів оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі.

Керівництво та власники підприємства оцінюють інвестиційний потенціал з метою визначення ефективності його формування та використання, визначення кола завдань із управління інвестиційною діяльністю, ефективної структури вкладень, оцінки інвестиційної стратегії, якості управління тощо. Інвесторів інвестиційний потенціал підприємства роздрібної торгівлі цікавить з точки зору визначення своєї участі (частки) в капіталі підприємства та очікуваній прибутковості вкладених коштів. Конкуренти оцінюють інвестиційний потенціал підприємства роздрібної торгівлі з погляду привабливості для інвесторів. Чим вище ця привабливість, тим більша потенційна можливість одержати зовнішнє фінансування та підвищити конкурентоспроможність, що негативно відображається на конкурентах.

Оцінювання інвестиційного потенціалу з позиції об'єктів являє собою окремий етап оцінювання економічного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі, що необхідно врахувати під час вибору критеріїв і показників. Об'єкти оцінювання інвестиційного потенціалу також визначаються з внутрішньої і зовнішньої позицій.

Внутрішній інвестиційний потенціал відображається в понятті «інвестиційної потужності», яке характеризує ефективне освоєння отриманих інвестиційних і фінансових ресурсів, наявних компетенцій і можливостей підприємства роздрібної торгівлі щодо інвестиційної діяльності. Зовнішній інвестиційний потенціал проявляється в понятті «інвестиційної привабливості», яке відображає ступінь привабливості конкретного підприємства роздрібної торгівлі для вкладання коштів у порівнянні з іншими підприємствами даної галузі або інших галузей економіки.

Методи та критерії оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі можуть різнитися залежно від суб'єкта її проведення. Це обумовлює необхідність її розгляду виходячи з основних цілей, а саме – інформаційних потреб і специфічних завдань окремих груп користувачів оцінки (кредитори, інвестори, керівництво підприємства, аудиторів, податкові органи та інші зацікавлені особи).

Таким чином цілі оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі також диференціюються за суб'єктами. Головною метою оцінки для внутрішніх користувачів є визначення рівня забезпеченості простого і (або) розширеного відтворення підприємства роздрібною торгівлі; для зовнішніх – визначення рівня доходу (норми прибутковості) на вкладений капітал.

Оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі передбачає наявність достовірної інформації про його стан та перспективи розвитку, від повноти і обґрунтованості якої залежить об'єктивність результатів. У якості основних джерел такої інформації може використовуватися та сама інформація, що й під час оцінювання інвестиційної діяльності [94]:

- внутрішня інформація підприємства роздрібною торгівлі (дані оперативного, управлінського та бухгалтерського обліку);
- відомості, що публікуються самими підприємствами і відносно доступні до ознайомлення (річні звіти, фінансова звітність, статистичні звіти, проспекти фірм, виставкові та ярмаркові каталоги і т.д.);
- результати аналітичних оглядів та досліджень, виконаних спеціалізованими організаціями;
- інші джерела інформації (відомості про підприємства, що є учасниками ринку цінних паперів)

Теоретико-методологічною базою оцінювання потенціалу підприємства та його складових є загальноприйняті підходи та методи оцінювання

економічних об'єктів. Правові засади оцінки майна, майнових прав та професійної оцінної діяльності визначаються Законом України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» [104].

Об'єктивність процесу оцінки забезпечується єдиним набором оцінних принципів. Стосовно до інвестиційного потенціалу ці принципи можна розглядати як основні правила оцінювання потенціалу, що покладені в основу методичних підходів, які відображають соціально-економічні фактори і закономірності його формування і використання.

Аналіз наукових джерел за даною тематикою засвідчив відсутність єдиної думки щодо складу принципів оцінки інвестиційного потенціалу підприємства.

Найчастіше виділяються три групи принципів оцінки потенціалу підприємства та його складових [55; 102; 105]. Їх узагальнення представлено на рис. 1.5, а зміст у додатку В.

Інвестиційний потенціал підприємства роздрібної торгівлі, як доведено в підрозділі 1.1, не можна розглядати виключно з погляду ресурсного підходу, а оцінювати лише у вартісному вимірі, оскільки це не дає об'єктивного комплексного результату.

Дідух С.М. і Головкова Л.С. пропонують під час оцінювання інвестиційного потенціалу орієнтуватися на потреби потенційних інвесторів [106; 107]. Виходячи з того, що трансформація та значна динамізація навколишнього середовища підприємств роздрібної торгівлі призвели до зміни цільової парадигми оцінки господарської діяльності, наявності різних поглядів на методики оцінювання інвестиційного потенціалу, на гроші як джерело фінансування інвестиційних програм за умов обмеженості ресурсів, основна проблема полягає у залученні капіталу для фінансування як операційної, так і інвестиційної діяльності. Таким чином відбувається зміщення цільового акценту у бік залучення інвестора.

З урахуванням такої орієнтації російський дослідник-практик О.Пермінов за фундаментальний принцип оцінки інвестиційної привабливості підприємства

(яка, як було визначено, є складовою інвестиційного потенціалу) обирає саме удосконалення існуючих методик оцінки з метою задоволення вимог інвестора до інформації, що впливає на прийняття рішень щодо напрямку вкладень [107]. Серед інших основних принципів побудови методики оцінки науковець виділяє: результативність, адекватність і об'єктивність, коректність (у тому числі: монотонність, транзитивність, адитивність), системність, комплексність, обмеженість ресурсів, необмеженість потреб.



Рис. 1.5. Класифікація принципів вартісного оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі (розроблено автором)

Представник одеської наукової школи Дідух С.М., який дотримується аналогічних поглядів на роль потенційного інвестора, в основу системи оцінки інвестиційного потенціалу покладає такі принципи: достовірність, всебічність,

прикладний характер, наочність, однозначність, універсальність [106]. Головкова Л.С. пропонує використовувати принципи системності, узгодженості, варіантності, оптимальності, комплексності, адекватності, ефективності процесу оцінки [108].

Відзначимо, що всі принципи оцінки взаємопов'язані між собою, але можуть бути умовно розділені на декілька груп.

У результаті аналізу існуючих систематизацій та узагальнення принципів оцінки економічних систем [106 – 109] з метою визначення найбільш відповідних цілям оцінювання економічного потенціалу як економічної системи здійснено їх групування за певними ознаками (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

**Принципи оцінки інвестиційного потенціалу підприємства
(систематизовано автором)**

Принципи		
Загальносистемні		Спеціальні
1		2
За змістом		
Цілісності	Збалансованості	-
Інтегративності	Спадкоємності	
Науковості	Необхідного	
Ієрархічності	різноманіття	
Системності	Закономірність	
Узгодженості	потенційної	
Цілеспрямованості	ефективності системи	
Замкненості	Систематичності	
управлінського процесу		
Комплексності		
За характером отриманих результатів		
Прогностичності		Результативності
Економічності		Ефективності процесу оцінки
Перспективності		Наочності
Адаптивності		Універсальності
Продуктивності діяльності		Коректності

	Прикладного характеру
Продовження таблиці 1.3.	
1	2
За часом	
Динамічності Безперервності розвитку Повторення	-
За рішеннями, що приймаються	
Оптимальності Альтернативності Заміщення Об'єктивності Адекватності Оперативності	Достовірності Однозначності
За ступенем обмеженості	
-	Обмеженості ресурсів Необмеженості потреб

Наведені принципи не є вичерпними, їх перелік є досить довгим. При цьому, вважаємо логічним формувати теоретико-методологічне підґрунтя оцінювання інвестиційного потенціалу виокремлюючи основні, найбільш важливі для цілей оцінювання принципи в їх комплексному взаємозв'язку, що дозволить уникати грубих помилок [110].

З урахуванням проведеного дослідження вважається, що процес оцінювання інвестиційного потенціалу в підприємствах роздрібної торгівлі повинний підпорядковуватися наступним принципам (рис. 1.6).

Неоднозначною проблемою процесу оцінки інвестиційного потенціалу є обґрунтування методів, методик та методичних підходів до її здійснення.

Незважаючи на значну кількість методичних підходів до оцінки як сукупного, так і інвестиційного потенціалу спостерігається відсутність їх систематизації, що ускладнює визначення умов застосування, переваг і недоліків окремих підходів, не дозволяє застосувати комплексний підхід до вирішення проблеми якісної оцінки.

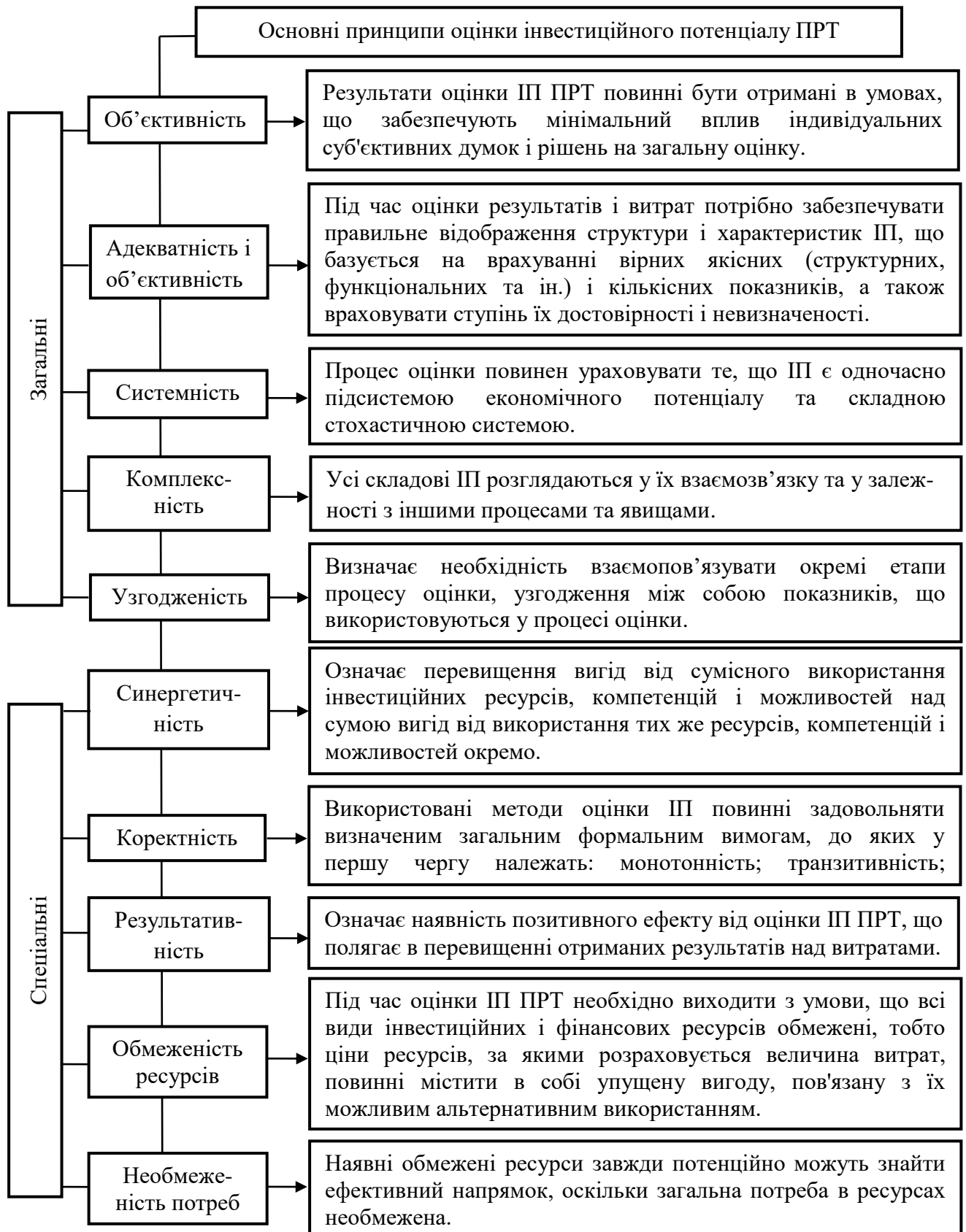


Рис. 1.6. Сукупність основних принципів оцінки інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі (розроблено автором)

За результатами аналізу існуючих підходів до оцінки інвестиційного потенціалу підприємства було здійснено їх систематизацію за наступними групами:

1) залежно від періоду часу, що береться до уваги під час оцінки [102, с. 97], [111, с. 176] виділяють три підходи до оцінювання: витратний (майновий), доходний (результатний) і порівняльний (ринковий). Виділення цих підходів є загальновідомим і частіше за усе зустрічається в літературі з проблематики оцінки бізнесу (підприємства, сукупного потенціалу) як вартості [55; 96; 97; 99 – 102].

Так, під час оцінювання сукупного потенціалу підприємства з позиції витратного підходу головну увагу звертають на вартість майна (сукупність матеріальних і нематеріальних активів) підприємства. Витратний підхід базується на типовій мотивації та уявленнях розважливого покупця, який не заплатить за підприємство більше, ніж коштують усі його активи.

Під час оцінювання потенціалу з позиції доходного підходу основою для розрахунків є дохід, який, як передбачається, може генерувати сукупний потенціал підприємства в майбутньому. Цей підхід заснований на очікуваннях інвесторів, які визначають поточну вартість підприємства, керуючись, в основному, прогнозною величиною майбутніх доходів від використання потенціалу підприємства, а не наявністю тих або інших активів (принцип очікування).

Застосування порівняльного підходу в оцінці потенціалу базується на визначенні вартості об'єкта на основі ціни купівлі – продажу аналогічних підприємств або їх акцій (часток), які вже здійснено. Порівняльний підхід ґрунтується на принципі заміщення (вартість підприємства не може значно відрізнятись від вартості іншого підприємства, яке має аналогічну для потенційного покупця корисність).

Розглянуті підходи мають як переваги, так і недоліки, певні сфери застосування та поєднують у собі значну кількість різних методів, з яких

оцінювач вибирає найбільш доречні для оцінки інвестиційного потенціалу. Бойчук Р.М., Параконний А.В. та Параконний С.В. підкреслюють, що методи оцінки доцільно віднести до групи витратних у разі врахування лише минулого часу; до порівняльних (ринкових) – минулого та теперішнього часу; до доходних (результатних) – майбутнього часу [111; 112].

2) за сутністю виділяють три основні підходи до оцінювання інвестиційного потенціалу: ресурсний (або обліково-звітний), функціональний (структурний) та цільовий (проблемно-орієнтований, результативний) [113; 114].

Функціональний (структурний) підхід являє собою систему методів і методичних прийомів, орієнтованих на визначення раціональної структури інвестиційного потенціалу підприємства за обраними функціональними підсистемами. Доцільно погодитися з Кушніровою Т.І. та Непомнящою Т.С. щодо того, що аналіз і оцінка структурних характеристик інвестиційного потенціалу пов'язані з певними труднощами, оскільки всі його елементи функціонують одночасно, в сукупності та взаємодії [114]. Це практично унеможливує визначення внеску кожного типу ресурсів, компетенцій і можливостей в інвестиційний потенціал.

Цільовий (проблемно-орієнтований, результативний) підхід до оцінки спрямований на визначення відповідності наявного інвестиційного потенціалу поставленим цілям інвестиційної діяльності підприємства роздрібної торгівлі, тобто характеризує постійну орієнтацію інвестиційної діяльності, інвестиційних рішень та процесів їх виконання на кінцеві результати, з урахуванням соціально-економічних характеристик, які постійно змінюються через розвиток системи потреб, кількісних і якісних змін як в інвестиційному, так і в сукупному потенціалі підприємства роздрібної торгівлі, відносно якої застосовується цільовий підхід.

Застосовані окремо ресурсний, функціональний та цільовий підходи не дають адекватну оцінку інвестиційному потенціалу підприємства, що

складається з ресурсів, компетенцій і можливостей, використання яких спрямовано на досягнення певного результату. Саме використання ресурсного, цільового та функціонального підходів у комплексі (одночасно) об'єктивно визначає внутрішній і зовнішній інвестиційний потенціал підприємства роздрібною торгівлі з урахуванням впливу внутрішніх і зовнішніх чинників.

Синергетичний підхід дозволяє розглядати інвестиційний потенціал, по-перше, не як просту суму ресурсів, а відобразитиме можливості їх сукупного використання; по-друге, як модель, що враховує фактичну динаміку показників оцінки [115]. Тому вважаємо доцільним оцінювати інвестиційний потенціал за допомогою синергетичного підходу, який передбачає визначення коефіцієнтів синергії.

За ступенем деталізації процедури проведення інвестиційний потенціал може бути оцінений за допомогою комплексної (поглибленої) оцінки і експрес-оцінки.

Експрес-оцінка проводиться з метою надання загальної однозначної відповіді щодо досягнення визначених цілей оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі.

Комплексна (поглиблена) оцінка інвестиційного потенціалу конкретизує та доповнює окремі процедури експрес-оцінки та передбачає більш ретельне дослідження майнового і фінансового стану підприємства, результатів його діяльності і можливостей, виявлення чинників впливу.

Методи оцінювання інвестиційного потенціалу повинні бути спрямовані на отримання конкретного результату, а саме – виявлення рівня забезпеченості простого і розширеного відтворення підприємства роздрібною торгівлі та визначення рівня доходу на вкладений капітал у нього для інвесторів. У результаті проведеного аналізу [37; 116 – 126] виявлена низка методів, які можуть застосовуються для оцінювання інвестиційної привабливості та інвестиційної потужності підприємства, серед яких: експертний, індексний методи, метод аналогій, рейтинговий, факторний аналіз, методи моделювання,

сценаріїв, економіко-математичні методи тощо.

Якість результатів оцінювання інвестиційного потенціалу визначається правильно вибраними та обґрунтованими критеріями та відповідними показниками. Критерієм є ознака, на базі якої проводиться оцінка, визначення або класифікація будь-чого; засіб перевірки, мірило оцінки [127 – 129]. Через систему показників критерій дозволяє ув'язати мету оцінювання інвестиційного потенціалу із засобами його проведення та характеризує ступінь досягнення поставлених користувачами цілей і завдань.

З урахуванням цілей і задач оцінювання інвестиційного потенціалу зовнішніми і внутрішніми користувачами за критерії пропонується обрати: 1) для досягнення внутрішніх цілей – достатність та перспективність; 2) для досягнення зовнішньої цілі – прибутковість власного капіталу, ризикованість та термін (швидкість) повернення вкладених коштів.

Критерій достатності характеризує достатність інвестиційних ресурсів і компетенцій для простого відтворення підприємства роздрібною торгівлі, а критерій перспективності – достатність інвестиційних ресурсів і компетенцій для розширеного відтворення.

Критерії ризикованості, прибутковості і швидкості повернення коштів характеризують ефективність та безпеку вкладення коштів інвесторами в конкретне підприємство роздрібною торгівлі.

Кожному критерію відповідають певні показники. У фінансово-економічному аналізі використовується велика кількість різноманітних показників, які за різними ознаками поділяються на натуральні та вартісні; загальні і специфічні; абсолютні і відносні; кількісні і якісні; узагальнюючі, часткові і допоміжні; факторні і результативні; нормативні, планові, облікові, звітні, аналітичні та ін. [130]. Усі показники, що використовуються в оцінці інвестиційного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі, є взаємопов'язаними і взаємообумовленими, що впливає з існуючих зв'язків між економічними явищами, які вони описують.

Формування системи показників є складним завданням, яке буде вирішене в наступному розділі дослідження.

1.3. Систематизація методів оцінки інвестиційного потенціалу підприємства

В економічній практиці існує велика кількість методів оцінки потенціалу підприємства, однак вони мають недостатню вивченість як на рівні окремої галузі, так і на рівні підприємства. Методики оцінки промислового, виробничого або ресурсного потенціалу добре відомі й орієнтовані на розрахунки кількісних показників і якісних характеристик чинників, що враховуються. У той же час не достатньо напрацьованими є методики оцінки інвестиційного потенціалу. Досить часто зустрічається випадки оцінювання інвестиційного потенціалу за допомогою методик оцінювання економічного потенціалу [131].

Широку теоретичну базу для вивчення методів оцінки економічного потенціалу підприємств, представляють праці таких учених, як Н.В. Ващенко, Н.С. Краснокутська, Є.В. Лапін, М.І. Лагун, Є.В. Мніх, Л.І. Самоукін, А.М. Телиженко, О.С. Федонін та ін.

У практиці господарювання виділяються різні методи оцінки економічного потенціалу підприємства, кожний із яких має позитивні й негативні сторони, тому підприємство самостійне вибирає необхідний метод з урахуванням умов здійснення господарської діяльності. В Україні для оцінювання інвестиційної складової економічного потенціалу можливе застосування методів: BSC, «Керування економічним потенціалом», «Квадрат потенціалу», порівняльна характеристика яких наведена в табл. 1.4 [132].

Проте особливої важливості набуває використання саме методик оцінювання інвестиційного потенціалу як такого, що вимагає порівняльного

аналізу існуючих методів його проведення.

Таблиця 1.4

Порівняльна характеристика методів управління економічним потенціалом підприємства (узагальнено за джерелом [132])

Ознака	Метод		
	BSC	Управління економічним потенціалом	Графоаналітичний «квадрат потенціалу»
Об'єкт дослідження	Фінансові і нефінансові показники	Ключові показники, що впливають на ефективність діяльності та реалізацію стратегії	Окремі елементи потенціалу
Базисні елементи потенціалу, які використовуються в даних методах	Фінансовий, інвестиційний, кадровий, споживчих запитів, внутрішньої операційної ефективності	Споживчих запитів, внутрішньої операційної ефективності, кадровий, фінансовий, інвестиційний, відтворювальний, взаємодія із зовнішнім середовищем	Фінансовий, інвестиційний, маркетинговий, організаційна структура, виробництво, збут, розподіл
Сфера застосування	Універсальний	Універсальний	Універсальний
Простота застосування	Помірковано простий	Простий	Помірковано простий
Цілі дослідження	Максимізація вартості компанії	Оптимізувати вплив ключових показників на ефективність діяльності підприємства	Установити зв'язки між кількісними та якісними елементами потенціалу, рівень його розвитку і конкурентоспроможність

Визначені у підрозділі 1.2 принципи оцінювання визначають різні підходи і методи до оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств. В економічній науці існують різні класифікації методів і способів оцінювання інвестиційного потенціалу [13; 121]. Класифікацію методів оцінки здійснено відповідно до різних ознак залежно від типів зв'язків ресурсів, можливостей і компетенцій.

Дослідження існуючого стану методичного забезпечення оцінювання інвестиційного потенціалу [1; 9; 20; 22; 25 – 29; 36; 49; 50; 55; 63; 67; 69; 94;

130; 133] дозволило подати наступну класифікацію (рис. 1.7).

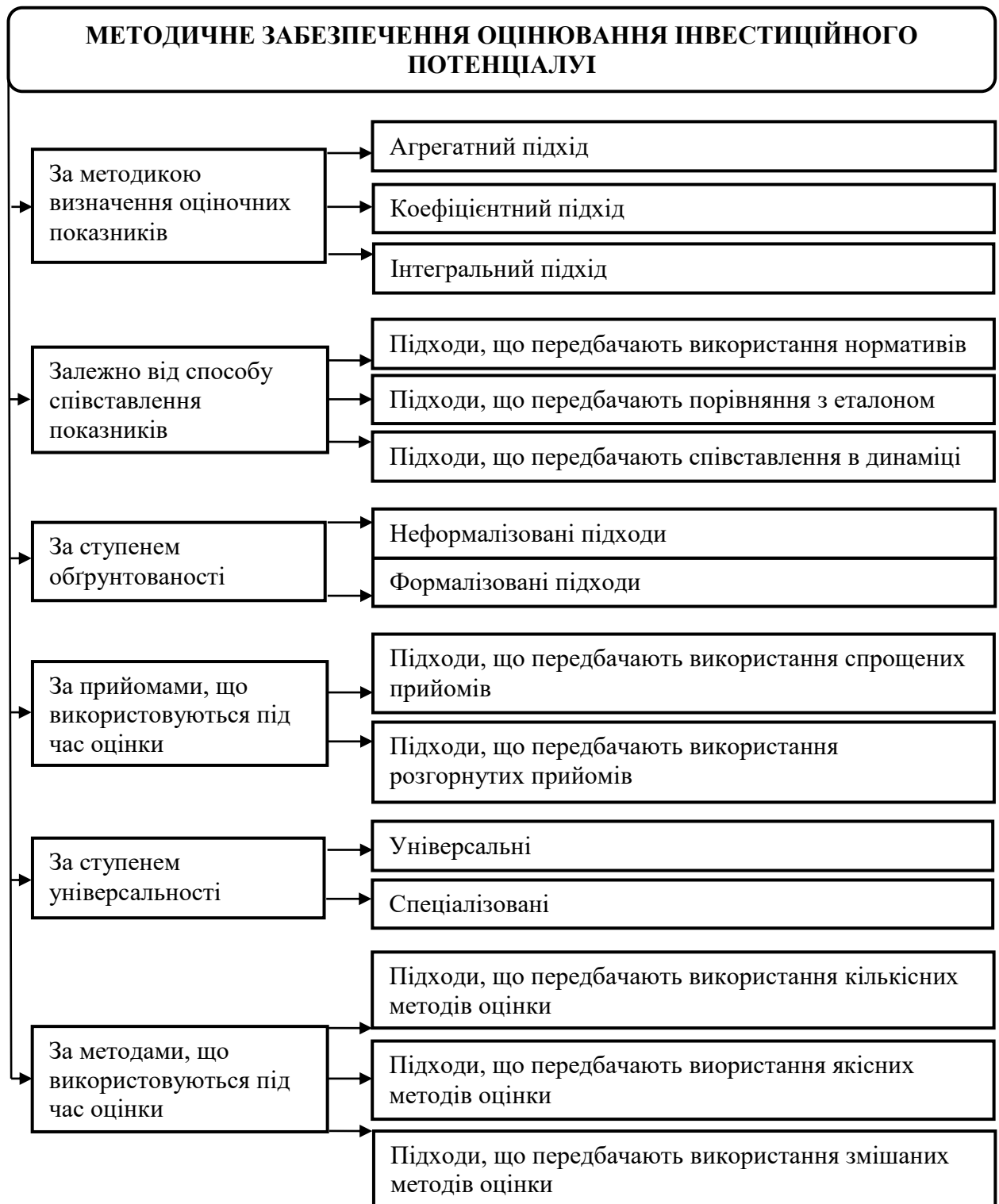


Рис. 1.7. Класифікація методичного забезпечення оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства (розроблено автором)

I. Залежно від методики визначення оціночних показників можна виділити три підходи до оцінювання інвестиційного потенціалу: агрегатний, коефіцієнтний, інтегральний.

1) сутність агрегатного підходу полягає в обчисленні оціночних показників-агрегатів, що розраховуються на підставі фінансової звітності [12; 134].

Прикладом використання агрегатного підходу є побудова балансових моделей оцінки фінансового стану підприємства або використання методу чистих активів у витратному (майновому) підході до визначення вартості підприємства, що зустрічаються в оцінці інвестиційного потенціалу. Недоліками цих моделей є непридатність для просторово-часових порівнянь, оскільки вони не враховують зміни вартості в часі, та відсутність чітких орієнтирів щодо їх прийняттого розміру й динаміки;

2) коефіцієнтний підхід передбачає розрахунок відносних показників для оцінювання інвестиційного потенціалу. Він дозволяє оцінити залежність між різними складовими фінансової звітності та їх динаміку, тобто усуває статичність; є простим у розрахунках; нівелює вплив інфляції. Ці переваги роблять даний підхід одним із найбільш розповсюджених за сучасних умов господарювання [116; 126; 135];

3) інтегральний підхід для отримання узагальнюючого висновку щодо інвестиційного потенціалу передбачає використання спеціально розроблених економіко-математичних моделей на основі попередньої математичної обробки значного обсягу статистичної інформації [124], методів рейтингової оцінки [207].

II. Залежно від способу співставлення показників в оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства можна виділити підходи, які передбачають використання як бази порівняння еталонів або нормативів, та показники, які характеризують інвестиційний потенціал на основі його

динаміки:

1) показники, які передбачають порівняння із нормативами, тобто допустимими критичними значеннями, межами, складають більшість підходів до оцінювання інвестиційного потенціалу [37; 121 – 123; 136; 137]. Здебільшого це показники коефіцієнтного та інтегрального підходу;

2) показники, які передбачають порівняння з еталонами (стандартами, що можуть виводитись за даними сукупності досліджуваних підприємств, середньогалузевими даними тощо). Здебільшого еталони використовуються у підходах до оцінки фінансової стійкості підприємства, що передбачають здійснення рейтингових оцінок [112; 116];

3) показники, які характеризують стан явища, що вивчається, на основі своєї динаміки. У даному випадку висновок про інвестиційний потенціал підприємства можна зробити на основі порівняння фактичних і ретроспективних даних показника [36; 138].

III. За ступенем обґрунтованості можна виділити формалізовані та неформалізовані методичні підходи до оцінки фінансової стійкості підприємства:

1) в основу формалізованих методів покладено науково обґрунтовані і доведені аналітичні залежності [12; 37; 139]. Ці методи є більш обґрунтованими, завдяки чому отримали широке використання в практиці вітчизняних підприємств: інтегральний, дисконтування, ланцюгових підстановок, логарифмічний, диференційний, виділення впливу окремих факторів тощо;

2) неформалізовані методи засновані на характеристиці аналітичних процедур на логічному рівні і не передбачають жорстких аналітичних взаємозв'язків і залежностей [116; 126]. Це методи: порівняльний, експертних оцінок, побудови системи показників і аналітичних таблиць, тощо.

IV. Залежно від прийомів, що використовуються під час оцінки, виділяють підходи, що передбачають використання спрощених прийомів

оцінки, та підходи, що передбачають використання розгорнутих прийомів:

1) до спрощених прийомів оцінки інвестиційного потенціалу підприємства належать горизонтальна і вертикальна (структурна) оцінка, оцінка за допомогою фінансових коефіцієнтів [147; 207];

2) розгорнуті прийоми оцінки передбачають порівняння показників у динаміці, із середньогалузевими показниками (показниками підприємств-конкурентів), визначення впливу окремих факторів на результативний показник. Такими прийомами є трендовий, порівняльний і факторний аналіз.

V. За ступенем універсальності можна виділити універсальні та спеціалізовані підходи до оцінювання інвестиційного потенціалу:

1) універсальні підходи використовуються для оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства, незалежно від галузевих і господарських особливостей [121; 138; 140; 141];

2) спеціалізовані підходи застосовуються під час оцінювання інвестиційного потенціалу як суб'єктів конкретної сфери економічної діяльності (наприклад, промисловості, агропромислового комплексу, торгівлі) [36; 112; 123; 124; 135; 136; 142]. Саме такі підходи є доцільними в оцінюванні інвестиційного потенціалу, оскільки дозволяють забезпечити адекватність процесу оцінки.

VI. За методами, що використовуються під час оцінки інвестиційного потенціалу підприємства, можна виділити підходи, які передбачають застосування кількісних, якісних та змішаних методів:

1) перша група передбачає використання таких кількісних методів оцінки, як: індексний, коефіцієнтний [121; 137; 141];

2) друга група підходів передбачає застосування рейтингового, бального методів оцінки [37; 116];

3) змішані методи оцінки інвестиційного потенціалу являють собою поєднання кількісних і якісних методів (складають більшість методів оцінки інвестиційного потенціалу підприємства) [123].

Як вже відзначалося раніше, серед сучасних науковців відсутня єдина думка щодо методичного забезпечення оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства. Вивчення опублікованих робіт виявило наявність чіткої галузевої спрямованості існуючих методичних підходів до оцінки. Більша увага звичайно приділяється оцінці інвестиційного потенціалу підприємств промисловості, зокрема – машинобудування [124; 143; 144], агропромислового комплексу [36; 37], коксохімічної [123], харчової промисловості [136], тощо. У торгівлі дослідженням оцінки інвестиційного потенціалу та інвестиційної привабливості приділяється поки що недостатньо уваги. Зокрема можна виділити праці Гречиної І.В. [116], Боліновської Н.Я. [145], Москаленка А.А. [146].

Ще одною проблемою сучасного етапу дослідження інвестиційного потенціалу підприємств є переважна оцінка саме його зовнішньої складової – інвестиційної привабливості. Оцінка внутрішньої складової – інвестиційної спроможності підприємства, знаходиться майже поза увагою дослідників.

Пропонуємо зробити короткий огляд методик оцінки інвестиційного потенціалу з метою визначення їх достатності та адекватності потребам і інтересам інвесторів (власників) підприємств роздрібної торгівлі.

Законодавчий підхід до оцінки інвестиційної привабливості підприємства зводиться до аналізу фінансово-економічного стану за затвердженими методиками інтегральної оцінки інвестиційної привабливості та поглибленого аналізу фінансово-господарського стану [141; 147].

Зазначені методики розроблені на основі старих форм фінансової звітності, що потребує їх трансформацію відповідно до нових положень (стандартів) бухгалтерського обліку.

«Методика проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій» затверджена Наказом Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств №81 від 27 червня 1997 р. на виконання постанови Кабінету Міністрів України від 25 листопада 1996 р. №1403 (1403-96-п) «Про Положення про реєстр неплатоспроможних підприємств та

організацій» для забезпечення єдиного підходу при проведенні поглибленого аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій [141].

Поряд з аналізом фінансового стану Методика передбачає аналіз виробничо-господарської діяльності підприємства. Результати аналізу заносять у зведену форму «Основні фінансово-економічні показники та коефіцієнти». Після цього робиться висновок щодо доцільності чи недоцільності внесення підприємства до Реєстру неплатоспроможних підприємств та організацій.

Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств і організацій затверджена за Наказом голови Агентства запобігання банкрутства від 23.02.98 №22 відповідно до Закону України від 18 вересня 1991 р. №1560 «Про інвестиційну діяльність», Положенням про Агентство з питань запобігання банкрутства підприємств і організацій, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 22 серпня 1996 р. №990, і у виконання Постанови Кабінету Міністрів України від 25 листопада 1996 р. №1403 «Про положення про реєстр неплатоспроможних підприємств і організацій» для забезпечення організаційної роботи, зв'язаної з залученням вітчизняних і закордонних інвесторів до фінансування заходів, спрямованих на оздоровлення підприємств і організацій [147].

Ця методика була розроблена з метою прискорення реалізації інвестиційних проектів, заохочення до інвестицій вітчизняних і іноземних підприємців, надання методичної допомоги фахівцям, що займаються розробкою заходів щодо проведення оздоровлення виробничої сфери [147].

Для визначення показників відповідно до методу інтегральної оцінки інвестиційної привабливості використовуються дані фінансової звітності підприємства. Відповідно до методики оцінка інвестиційної привабливості суб'єкта здійснюється за наступними шістьма групами:

- 1) показники оцінки майнового стану;
- 2) показники оцінки фінансової стійкості (платоспроможності);
- 3) показники оцінки ліквідності;

- 4) показники оцінки прибутковості;
- 5) показники оцінки ділової активності;
- 6) показники оцінки ринкової активності.

Усім групам показників оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій, а також показникам, розміщеним у цих групах, присвоюються, залежно від їх вагомості, відповідні числові значення. Як і граничні значення показників, вагомість може коригуватись.

Не зважаючи на комплексність даної методики, їй властиві такі недоліки:

1. Отримані великі масиви значень показників фактично не дають можливість зробити остаточний висновок про вибір об'єкта інвестування, що можливо лише при порівнянні інвестиційної привабливості різних підприємств [148].

2. Наведена методика містить лише базові, тобто узагальнюючі показники оцінки фінансового стану для будь-якого підприємства, без урахування впливу галузевої специфіки.

3. Методика слугувала цілям оцінки інвестиційної привабливості, насамперед, підприємств і організацій, які підлягали приватизації і знаходилися, відповідно, у державній (комунальній) власності.

Розглядаючи інвестиційну привабливість підприємств, російська дослідниця Зайцева Н. слушно зауважує, що її оцінка на практиці зводиться до аналізу фінансового стану об'єктів інвестицій, які передбачаються, що є теоретично обґрунтованим і має практичний ефект [126]. У той же час такий аналіз дозволяє оцінити лише поточний фінансовий стан підприємства, але не визначає чинники його інвестиційної привабливості, поточну ринкову вартість і величину майбутніх грошових потоків від здійснюваних у даний момент інвестицій.

Виходячи з цього, оцінка інвестиційної привабливості має базуватися на використанні складної комплексної методики, що передбачає оцінку не лише ресурсної складової, але й компетенцій і можливостей підприємства, серед

яких, на нашу думку, доцільно звернути увагу на такі чинники, як:

- наявність або відсутність конкурентних переваг підприємства на споживчому ринку;
- характеристики структури власності, яка забезпечує захист акціонерного капіталу;
- наявність або відсутність потенціалу отримання високих доходів на вкладений капітал;
- наявність або відсутність унікальної концепції бізнесу, чіткого розуміння стратегії розвитку компанії, детального бізнес-плану тощо.

Перелік чинників має охоплювати всі сфери діяльності підприємств роздрібної торгівлі. Погоджуємося з Зайцевою Н. відносно того, що під час обґрунтування чинників найбільш ефективною є використання експертної оцінки [126].

Іншу позицію щодо складу чинників висловлює Анищенко Ю.А., який класифікує їх на виробничо-технічні, ресурсні, інституційні, нормативно-правові, інфраструктурні, експортного потенціалу, ділової репутації та ін., кожний із яких характеризується різними показниками [140]. Окремо виділяються такі чинники, як: характер привабливості для інвестора виду і напрямку підприємництва; рівень значущості корпоративної організації бізнесу; рівень прогресивності взаємин бізнесу з адміністрацією регіону; місце і роль бізнесу у суспільному розподілі і кооперації праці.

Інший російський науковець Гатауллін Р.А. також підходить до оцінки інвестиційної привабливості через призму впливу різних чинників на її формування, кожному із яких відповідає один або два показники [124]. Зокрема, фінансовому чиннику відповідають показники рентабельності продукції; виробничому – показник обсягу виробництва; споживчому – динаміка попиту на продукцію галузі; інвестиційному – рівень і рентабельність інвестицій; екологічному – рівень екологічної напруженості в галузі; макроекономічному – динаміка економічного розвитку галузі та значущість

галузі у народному господарстві; кадровому – кваліфікація і якість робочої сили; інноваційному – рівень інноваційної активності галузі. Зауважимо, що дана система чинників і відповідних їм показників спрямована саме на оцінку інвестиційної привабливості підприємств матеріальної сфери виробництва, зокрема машинобудування, тому не може повною мірою бути застосована для підприємств роздрібної торгівлі.

Що стосується визначення вартості підприємства під час оцінки інвестиційного потенціалу, то даний показник є важливою комплексною фінансовою оцінкою, яка відображає економічну ефективність функціонування підприємства, його фінансовий добробут і інвестиційну привабливість [140].

Розрахунок поточної ринкової вартості підприємства базується на використанні основних підходів до оцінки бізнесу: витратного, доходного і порівняльного. Використання певного підходу залежить від специфіки бізнесу і цілей оцінки. При обґрунтуванні вибору методичних підходів для оцінки інвестиційного потенціалу необхідно враховувати переваги і недоліки кожного з них.

У межах кожного підходу використовуються певні методи. Так, доходний підхід передбачає застосування методів капіталізації та дисконтованих грошових потоків; витратний підхід – методів чистих активів і ліквідаційної вартості; порівняльний – методи ринку капіталу, угод і галузевих коефіцієнтів.

Колективом харківських науковців узагальнена типологія принципів, методичних підходів і методів оцінки економічного потенціалу підприємства торгівлі (тобто власне самої вартості підприємства роздрібної торгівлі), яка наведена на рис. 1.8.

Вітчизняні дослідники пропонують для отримання найбільш точної оцінки на попередніх етапах оцінювати вартість із застосуванням всіх доцільних підходів і методів, а з метою обґрунтування остаточного висновку результати оцінки із застосуванням різних методичних підходів зіставляти шляхом аналізу впливу принципів [12].

Принципи оцінки вартості підприємства:		
Принципи, засновані на уявленнях власника	Принципи, зумовлені дією ринкового середовища	Принципи, пов'язані з експлуатацією власності
Принцип найліпшого та найефективнішого використання		
Методичні підходи:		
Доходний	Порівняльний	Витратний (майновий)
Методи оцінки наявності інвестиційного потенціалу підприємства		
Капіталізації Дисконтованих грошових потоків	Ринку капіталу Угод Галузевих коефіцієнтів	Чистих активів Ліквідаційної вартості

Рис. 1.8. Методологічні засади оцінки вартості підприємства торгівлі [12]

Однак, за твердженням Анищенко Ю.А., динаміку розвитку підприємства враховує лише доходний підхід, тому що дозволяє співставити сьогоденні витрати інвестора (власників) з очікуваними майбутніми доходами з урахуванням часу надходження доходів і чинників ризику, характерних для певного бізнесу [140]. Саме доходний підхід дозволяє скласти модель грошових потоків підприємства, спрогнозувати майбутні показники діяльності та коректно врахувати всі структурні перетворення, заплановані на підприємстві, а також всі вимоги потенціальних інвесторів.

У свою чергу вартість підприємства, яка визначає його інвестиційну привабливість, а через це і його інвестиційний потенціал, підлягає впливу з боку наступних факторів: ліквідність частки і (або) бізнесу; корисність бізнесу для власника; характеристики доходів (величина, час отримання) і ризику, пов'язані з їх отриманням; нематеріальні активи; навички управління, досвід, компетентність керівництва; імідж підприємства на ринку; розмір частки бізнесу, що підлягає оцінці; перспективи розвитку об'єкта оцінки; фінансова спроможність, стабільність господарської діяльності; ступінь конкурентної боротьби у галузі; диверсифікація

виробництва (склад і структура продукції, що випускається, послуг); якість продукції, що випускається; рівень розвитку технології; собівартість продукції, робіт, послуг тощо [140].

Комплексне дослідження з означеного питання було проведено Панковим С.А., який вивчаючи аналітичні підходи до оцінки інвестиційної привабливості, запропонував використовувати індексний метод для оцінки, що базується на аналізі внутрішньої стратегії розвитку підприємства, як співвідношення індекса сильних і слабких сторін розвитку [121]. Даний підхід передбачає використання індивідуальних індексів тільки абсолютних показників: для сильних сторін, відповідно, індексів виручки від реалізації, чистого прибутку, інвестиції; для слабких сторін – індексів собівартості, довгострокових зобов'язань, дивідендів, що сплачуються.

Розроблена Макухом Т.О. методика оцінювання інвестиційного потенціалу за допомогою збалансованої системи фінансових і нефінансових показників, яка «враховує найважливіші аспекти діяльності підприємства» – споживацький, господарський, інноваційний, фінансовий [149, с. 182], насправді дозволяє зробити висновок щодо інвестиційної привабливості або непривабливості підприємства.

Фінансова складова даної оцінки полягає у розрахунку восьми показників за основними аспектами фінансового стану – ліквідності, фінансової стійкості, рентабельності, ділової активності [149]. Нефінансова складова полягає в розрахунку частки нових товарів та послуг у реалізованій продукції; частки продукції, реалізованій постійним клієнтам; приросту виконаних контрактів без затримки; частки виконаних контрактів без затримки; кількості пропозицій щодо покращення діяльності підприємства на одного працівника. Визначення величини інвестиційного потенціалу передбачає порівняння отриманих значень із рекомендованими, що враховується у розрахунку показника інвестиційного потенціалу.

Звісно застосування даного методичного підходу є умовно можливим для

випадку підприємств роздрібної торгівлі та потребує обґрунтування вибору відповідних показників з урахуванням галузевої специфіки.

Особливий практичний інтерес для оцінки інвестиційного потенціалу являє методика оцінки споживчого ринку і прогнозування роздрібного товарообороту підприємства, запропонована колективом російських вчених [139]. Дослідники слушно виходили з того, що розширення діяльності підприємства є одним із індикаторів його інвестиційного потенціалу, тобто зміна ринкової частки підприємства залежить його фінансово-інвестиційного потенціалу.

В основі даного дослідження лежить розрахунок частки підприємства у загальному інвестиційному потенціалі підприємств певної групи (DIP_i), що показує можливості підприємства покращити своє становище у відповідності з такими ж можливостями його конкурентів:

$$DIP_i = \sqrt{\frac{\prod_{j=1}^n KIP_{ij}}{\sum_{i=1}^m KIP_{ij}}}, \quad (1.1)$$

де KIP_{ij} – показник (коефіцієнт), що враховується під час визначення інвестиційного потенціалу підприємства;

n – кількість коефіцієнтів, які враховуються під час розрахунку інтегрального показника;

m – кількість підприємств.

Розрахунок інтегрального показника ведеться з урахуванням факторів, які відображають спроможність брати кредити на розвиток діяльності та дозволяють судити про можливості отримання коштів для її розширення і збільшення частки ринку, а саме:

а) кредитоспроможність підприємства, для характеристики якої визначаються показники – коефіцієнт покриття загальної заборгованості,

коефіцієнт інтенсивності обороту авансованого капіталу, грошовий потік, ресурсна спроможність;

б) фінансовий стан підприємства, що характеризується коефіцієнтами поточної ліквідності і незалежності, параметрами ефективності підприємства (фондоємність, рентабельність активів, оборотних коштів, величина продажів).

Таким чином, даний методичний підхід дозволяє оцінити внутрішню складову інвестиційного потенціалу торговельного підприємства (інвестиційну потужність) через визначення рівня забезпечення розширеного відтворення.

Белова О.В. і Ковальчук Г.В. під час оцінки фінансово-інвестиційного потенціалу пропонують проводити експрес-аналіз основних показників ліквідності, платоспроможності і фінансової стійкості, на базі яких далі проводитиметься інтегральна оцінка інвестиційного потенціалу [37].

Однак, на думку вітчизняних науковців [36], із якою ми погоджуємося, оцінка інвестиційного потенціалу підприємства у розрізі традиційних показників фінансової незалежності, стійкості і ліквідності, а також аналізу динаміки формування його інвестиційних ресурсів, є недостатнім для об'єктивного визначення пріоритетних сфер інвестування господарюючого суб'єкта, визначення яких потребує аналізу ефективності використання його виробничо-фінансових ресурсів з метою подальшого визначення інвестиційних потреб. Також у сучасних умовах господарювання слід враховувати специфічні риси інвестиційної діяльності підприємств роздрібної торгівлі, які обумовлені специфікою виконуваних ними функцій у сфері обігу.

У деяких працях, присвячених дослідженню інвестиційного потенціалу для його оцінки пропонується використовувати методи оцінки інвестиційного проекту. Калініченко З., працюючи в даному напрямку, розподіляє усю сукупність таких методів на методи оцінки, що використовуються в умовах визначеності економічного середовища (чиста приведена вартість, строк окупності інвестицій, внутрішня норма прибутковості, індекс рентабельності, коефіцієнт ефективності інвестицій), та методи, що використовуються в умовах

невизначеності економічного середовища (метод кращого стану, оцінка капітальних активів, арбітражна теорія оцінки, порівняння прибутковості проекту із середньозваженою вартістю капіталу фірми, концепція стратегічної чистої поточної вартості) [142, с. 275]. На нашу думку, використовувати даний підхід до оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств не допустимо, тому що:

- по-перше, не можна ототожнювати поняття «інвестиційний проект», «інвестиційний портфель» із поняттям «інвестиційний потенціал»;
- по-друге, запропоновані методи використовуються саме для оцінки ефективності інвестиційного проекту, його прибутковості, і є критерієм доцільності впровадження проекту.

Методика інтегральної оцінки інвестиційного потенціалу підприємства, розроблена Дідухом С.М., базується на співвідношенні рівня розвитку потенціалів залучення та відтворення інвестицій [122]. Інтегральна оцінка – це показник, у якому відтворюються значення інших показників, скоректовані відповідно до їх вагомості та інших чинників. Залежно від отриманого співвідношення інвестиційний потенціал підприємства може бути охарактеризований як зростаючий, ризиковий, малоперспективний стабільний та незадовільний.

Оцінку потенціалу залучення інвестицій Дідух С.М. пропонує проводити за фінансовою, виробничо-комерційною, ринковою, кадровою та організаційною складовими, яким відповідають певні показники. Показники за кожною складовою мають бути поділені на універсальні для підприємств різних галузей та специфічні (враховують галузеві особливості діяльності) [106].

Також існує методичний підхід до оцінки інвестиційного потенціалу суб'єкта господарювання, в основі якого лежить його розподіл на інвестиційно-фінансову та інвестиційно-нефінансову складові [138]. У свою чергу інвестиційно-фінансовий потенціал розглядається як сукупність фінансових резервів і поточний інвестиційно-фінансовий потенціал, саме який і підлягає

оцінці.

Поточний інвестиційно-фінансовий потенціал визначається за допомогою абсолютних показників шляхом сумування амортизаційного потенціалу (який характеризується величиною амортизаційних відрахувань підприємства) та потенціалу прибутку (характеризується величиною прибутку, яку можна витратити на фінансування капітальних вкладень без порушення поточної господарської діяльності). Відзначимо, що дана методика є схожою на методику визначення величини грошового потоку від інвестиційного проекту. Формально даний методичний підхід дозволяє оцінити можливості як простого, так і розширеного відтворення підприємства роздрібною торгівлі, здійснюваного на умовах самофінансування. Однак поза увагою залишаються чинники, які визначають можливості відтворення із залученням позикового капіталу, що потребує здійснення оцінки фінансового стану підприємства.

Внаслідок невеликого обсягу власних фінансових ресурсів підприємства не можуть, у більшості випадків, самостійно фінансувати свої інвестиційні потреби. Тому сьогодні головною проблемою для підприємств є залучення зовнішніх інвесторів, тобто «залучення позикових коштів з метою фінансування своїх інвестиційних потреб на доповнення до власних інвестиційних ресурсів, що, звичайно, вноситиме відповідні корективи в управління інвестиціями на конкретному підприємстві [36, с. 36]. Для залучення же коштів інвесторів необхідно розглянути питання щодо вибору критеріїв привабливості підприємства.

Вітчизняні дослідники Гришко В.А., Ємельянов О.Ю. і Крет І.З. розглядають інвестиційний потенціал з погляду оцінювання його поточного і стратегічного рівнів [143]. Розглядаючи механізм кількісного оцінювання поточного рівня інвестиційного потенціалу машинобудівного підприємства, співавтори відзначають, що його обчислення повинно здійснюватися підсумовуванням розміру потреби в інвестиціях у це підприємство за двома напрямками: інвестиції у поповнення оборотного капіталу; інвестиції в основний

капітал (в оновлення основних засобів та розширення випуску ним існуючих на теперішній час видів продукції). Розгляд стратегічного рівня інвестиційного потенціалу певного підприємства вимагає врахування ще двох напрямків вкладення інвестицій у підприємство, а саме: інвестиції у розробку нових видів продукції та у нематеріальні активи; інвестиції у виробництво нових видів продукції.

Порівняльна характеристика розглянутих методів за різними параметрами наведена в таблиці 1.5. Серед основних параметрів, за якими здійснювалося порівняння, слід відзначити наступні: переваги і недоліки методик оцінювання, простоту (прості, помірно прості, помірно складні, складні) і сферу застосування (універсальні та застосовані в підприємствах певної галузі), можливість застосування в підприємствах роздрібної торгівлі.

Відповідно до результатів проведеного порівняння існуючі методи оцінювання інвестиційного потенціалу було розділено на три групи:

1) методи, які доцільно використовувати під час оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі (універсальні методи, або ті, що розроблено саме для підприємств торгівлі);

2) методи, які можуть бути умовно використані під час оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі, тобто повинні бути доповнені показниками, що враховують галузеву специфіку;

3) методи, які не можуть бути використані під час оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі.

У цілому аналіз вітчизняних та закордонних наукових джерел виявив відсутність єдиного підходу до побудови відповідного алгоритму оцінювання інвестиційного потенціалу.

Показники, що використовуються в різних методиках оцінки, суттєво відрізняються один від одного в кількісному відношенні і за методикою розрахунку.

Таблиця 1.5

Порівняльна характеристика методів оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства (розроблено автором)

Критерії порівняння	Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості [147]	Методика проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану [141]	Методика оцінювання Зайцевої Н. [126]	Методика оцінювання Гатаулліна Р.А. [124]
Об'єкт дослідження				
інвестиційний потенціал				
інвестиційна привабливість	+	+	+	+
інвестиційна спроможність				
Переваги	Комплексне оцінювання	Комплексне оцінювання за зведеним інтегральним показником	Дозволяє оцінити поточний стан підприємства, фактори, що впливають на інв. привабливість, поточну вартість підприємства і показники майбутніх грошових потоків від інв. проекту	Дозволяє достатньо об'єктивно приймати рішення про інвестування фінансових ресурсів
Недоліки	Вимагає коректування показників відповідно до існуючого ПСБО	Не дозволяє зробити остаточний вибір об'єкта інвестування; вимагає коректування показників відповідно до існуючого ПСБО	Відсутність показників щодо галузевих особливостей	Складна для використання в невеликих за розміром підприємствах
Простота застосування	Проста	Помірно проста	Складна	Складна
Сфера застосування	Універсальна	Універсальна	Універсальна	Виробничі підприємства
Можливість застосування в підприємствах роздрібною торгівлі	Застосуємо з урахуванням доповнення показниками, що враховують галузеву специфіку	Застосуємо з урахуванням доповнення показниками, що враховують галузеву специфіку	Застосуємо з урахуванням доповнення показниками, що враховують галузеву специфіку	Не застосуємо

Продовження таблиці 1.5

Критерії порівняння	Методика оцінювання Панкова С.А. [121]	Методика оцінювання Макуха Т.О. [149]	Методика оцінювання Гречиної І.В. [139]	Методика оцінювання Белової О.В. і Ковальчук Г.В. [37]
Об'єкт дослідження				
інвестиційний потенціал		+		+
інвестиційна привабливість	+		+	
інвестиційна спроможність				
Переваги	Враховує сильні і слабкі сторони розвитку підприємства	Враховує фінансові і нефінансові аспекти роботи підприємства	Дозволяє визначити місце підприємства в групі	Дозволяє визначити місце підприємства в групі
Недоліки	Залишає поза увагою інші чинники впливу на інвестиційну привабливість	Відсутність показників щодо галузевих особливостей	Складна для використання в невеликих за розміром підприємствах	Не достатня для об'єктивного визначення пріоритетних сфер інвестування господарюючого суб'єкта
Простота застосування	Помірно проста	Помірно проста	Складна	Помірно складна
Сфера застосування	Універсальна	Універсальна	Підприємства торгівлі	Підприємства АПК
Можливість застосування в підприємствах роздрібною торгівлі	Застосуємо	Застосуємо з урахуванням доповнення показниками, що враховують галузеву специфіку	Застосовується	Застосуємо з урахуванням доповнення показниками, що враховують галузеву специфіку

Продовження таблиці 1.5

Критерії порівняння	Методика оцінювання Дідуха С.М. [142]	Методика оцінювання Боярко І.М. [138]	Методика оцінювання Гришка В.А., Ємельянова О.Ю. і Крета В. [143]	Методика оцінювання Пахомова В.А. [135]	Методика оцінювання Матруса К.В. [123]
Об'єкт дослідження					
інвестиційний потенціал	+		+		+
інвестиційна привабливість				+	
інвестиційна спроможність		+			
Переваги	Передбачає розрахунок універсальних і специфічних показників, що враховують галузевий аспект розвитку	Враховує грошові потоки для відтворення на підприємстві	Комплексна (інтегральна) оцінка ПП, узгоджує розмір інвестиційних потреб з незадоволеним попитом на продукцію	Передбачає застосування експрес- і деталізованої оцінки	Визначає рівень розвитку на довгостроковій основі
Недоліки	Досить висока залежність від експертів, які обирають ті чи інші показники	Характеризує можливості розширеного відтворення лише через самофінансування	Не враховує динамічні зміни попиту	Враховує лише коефіцієнти аналізу фінансового стану. Висока суб'єктивність інтерпретації отриманих результатів	Складна для використання в невеликих за розміром підприємствах
Простота застосування	Помірно складна	Проста	Помірно складна	Проста	Складна
Сфера застосування	Універсальна	Універсальна	Підприємства машинобудування	Підприємства оборонного комплексу	Коксохімічні підприємства
Можливість застосування в підприємствах роздрібною торгівлі	Застосуємо	Застосуємо	Не застосуємо	Застосуємо з урахуванням доповнення показниками, що враховують галузеву специфіку	Не застосуємо

З урахуванням проведеного дослідження економічної літератури існуючі показники, що застосовуються для оцінки інвестиційного потенціалу, можна об'єднати в три групи:

1) абсолютні показники, що розраховуються на основі даних балансу-нетто, скоригованого звіту про фінансові результати [135; 138; 143];

2) відносні показники (показники ефективності використання ресурсів, оцінки фінансового стану тощо) [36; 112; 135; 139; 149];

3) інтегральні показники [112; 122; 124; 139].

Інвестиційний потенціал підприємства роздрібної торгівлі є складною організаційною системою, що складається з багатьох підсистем. Тому для забезпечення комплексного підходу до оцінювання його характеристик повинна охоплювати всі складові підсистеми та елементи за обраними критеріями.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

2.1. Чинники формування інвестиційного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі

Різноманіття чинників, що впливають на формування інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі є настільки великим, що підприємство, яке не встигає реагувати на них, ризикує втратити конкурентні позиції, через нереалізацію інвестиційного потенціалу [12].

Розвиток інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі можна розглядати як функцію, що залежить від множини аргументів (чинників):

$$IPII = f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n), \quad (2.1)$$

де $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ – чинники, що визначають інвестиційний потенціал підприємства торгівлі.

Під чинниками розуміють ті рушійні сили й інструменти дії, які формують потенціал підприємства [13]. Чинники являють собою складний об'єкт вивчення. Вони враховуються в процесі управління інвестиційним потенціалом підприємства, зокрема його формуванням і використанням, а також при розробці стратегії використання й нарощення потенціалу. Знання чинників, уміння визначати їх вплив на інвестиційний потенціал дозволяють впливати на рівень його використання шляхом управління, створювати ефективний механізм управління [12].

Чинники, що впливають на формування інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі, мають тісний діалектичний взаємозв'язок. Різноманіття чинників зумовлює необхідність їх класифікації.

З позиції оцінки впливу чинників на інвестиційний потенціал Нефьодова Ю.В. пропонує здійснювати їх поділ лише на внутрішні та зовнішні, що, на нашу думку, відповідає ознаці за джерелом виникнення [153].

Адріанов Ю.О. пропонує поділяти чинники за об'єктом впливу на ті, які діють на інвестиційні ресурси і на інвестиційну привабливість підприємств, а також за джерелом виникнення на внутрішні та зовнішні [137]. При цьому до внутрішніх відносить ті, які діють на інвестиційні ресурси та інвестиційну привабливість підприємств, а до зовнішніх включає економічні, правові, соціальні, політичні.

Дещо відмінну за назвою, але схожу за сутністю класифікацію чинників впливу на інвестиційний потенціал наводить у своїй праці Леонов С.В. [60]. Так, перша класифікаційна ознака з точки зору об'єкта впливу виокремлює групу чинників, що обумовлюють нагромадження інвестиційних ресурсів та групу чинників, що впливають на формування інвестиційних потреб. Ця ознака, на наш погляд, дозволяє більш деталізувати вплив чинників на інвестиційні ресурси. Друга ознака з точки зору джерела виникнення передбачає поділ чинників на ендогенні та екзогенні, що за своєю суттю відповідає їх поділу на внутрішні та зовнішні.

Найбільш розгалужену класифікацію пропонує Галушак В.Л. [154], виокремлюючи сім класифікаційних ознак чинників впливу на інвестиційний потенціал: за змістом (економічні, політичні, правові, соціальні, екологічні, кримінальні); за середовищем виникнення (внутрішні, зовнішні); за способом впливу (прямої та опосередкованої дії); за рівнем впливу (міжнародні, загальнодержавні, міжрегіональні, регіональні); за напрямом (позитивного та негативного впливу); за можливістю зміни чи впливу (що піддаються та не піддаються впливу); за періодом дії (ситуативні, тривалої та нетривалої дії).

Романова Т.В. пропонує також виокремлювати об'єктивні чинники та суб'єктивні, що за змістом відповідає ознаці за можливістю зміни чи впливу [155]. Такий поділ чинників, на наш погляд, є корисним під час управління інвестиційним потенціалом підприємства.

Гурова В.О. та Валітов Р.С. [156], Чуб Б.А. [157] виокремлюють найбільш значущі чинники впливу на інвестиційний потенціал виходячи з його складових, серед яких ресурсно-сировинний, виробничий, споживчий, інфраструктурний, інтелектуальний, інституційний, інноваційний чинники. Такий підхід, на нашу думку, враховує вплив переважно внутрішнього середовища підприємства на інвестиційний потенціал, залишаючи поза увагою більшість важливих чинників зовнішнього середовища.

Гришко В.А. під час аналізу інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємства поділяє чинники на дві групи: чинники, які дають змогу реалізувати інвестиційно-інноваційний потенціал підприємства та чинники, які формують інвестиційно-інноваційний потенціал підприємства [42]. Такий поділ чинників, на наш погляд, відповідає статико-динамічному підходу оцінки інвестиційного потенціалу підприємства та дозволяє розподілити вплив чинників, які необхідно враховувати під час формування інвестиційного потенціалу, і що також вкрай важливо на його реалізацію на підприємстві.

Гавриш В.П., Гулько Л.Г. та Драганова Т.П. [158] виокремлюють ознаку за впливом на інвестиційний потенціал, згідно якої розрізняють позитивні та негативні чинники. Дана ознака відповідає ознаці за напрямом впливу Галушак В.Л. [154]. При цьому згадані автори зазначають, що у реальних економічних умовах повною мірою впливають чинники цих двох груп.

Колектив авторів [12] пропонує виділяти чинники, що впливають на формування потенціалу підприємства торгівлі за ознакою сфери впливу на елементи потенціалу, відповідно до якої всі чинники поділяють на зовнішні й внутрішні. У свою чергу, зовнішні поділяються на чинники макро- та мікросередовища, а внутрішні на торгово-технологічні та організаційні.

Підбиваючи підсумки проведеного огляду існуючих у науковій літературі підходів до класифікації чинників впливу, можна зазначити наступне:

– більшість публікацій та розробок присвячені дослідженню чинників впливу на інвестиційний потенціал промислових підприємств, тобто майже відсутні розробки з цього напрямку відносно інвестиційного потенціалу

підприємств торгівлі;

– майже відсутні комплексні дослідження класифікації чинників впливу на інвестиційний потенціал підприємств. Більшість досліджень чинників орієнтовані на окремі сфери управління інвестиційним потенціалом.

У зв'язку з цим нами пропонується систематизувати існуючі класифікаційні ознаки чинників впливу на інвестиційний потенціал та доповнити їх власними відповідно до мети та завдань дослідження.

Оскільки об'єктом дослідження є інвестиційний потенціал підприємства торгівлі, то відповідно до цього важливо врахувати вплив специфічних галузевих чинників, що характерні лише для підприємств торгівлі. Тому пропонується виділити наступну класифікаційну ознаку за галузевим впливом, відповідно до якої розрізняти загальні чинники, що впливають на інвестиційний потенціал усіх підприємств та галузеві чинники, що властиві лише певній галузі, у нашому випадку торгівлі.

Враховуючи те, що інвестиційний потенціал є комплексною складовою потенціалу підприємства, що складається з декількох складових, нами пропонується виокремлювати чинники, що впливають на ці складові, а саме чинники що впливають на інвестиційно-фінансову підсистему (наявні інвестиційні ресурси), чинники, що впливають на результуючу підсистему (можливість залучення інвестиційних ресурсів) та чинники, що впливають на управлінську підсистему (здатності та компетенції у сфері формування та використання інвестиційних ресурсів підприємства торгівлі).

Також, нами пропонується уточнити класифікацію зовнішніх чинників за рівнями, окрім чинників макро- та мікросередовища, розрізняти чинники мезосередовища, оскільки різні регіони країни пропонують різні можливості для розвитку, а підприємства торгівлі, зокрема мережні, можуть бути розташовані у декількох регіонах, це накладатиме свій відбиток на формування та реалізацію інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі.

Враховуючи усе вище наведене, нами було зроблено систематизацію чинників впливу на інвестиційний потенціал підприємств торгівлі (рис. 2.1).

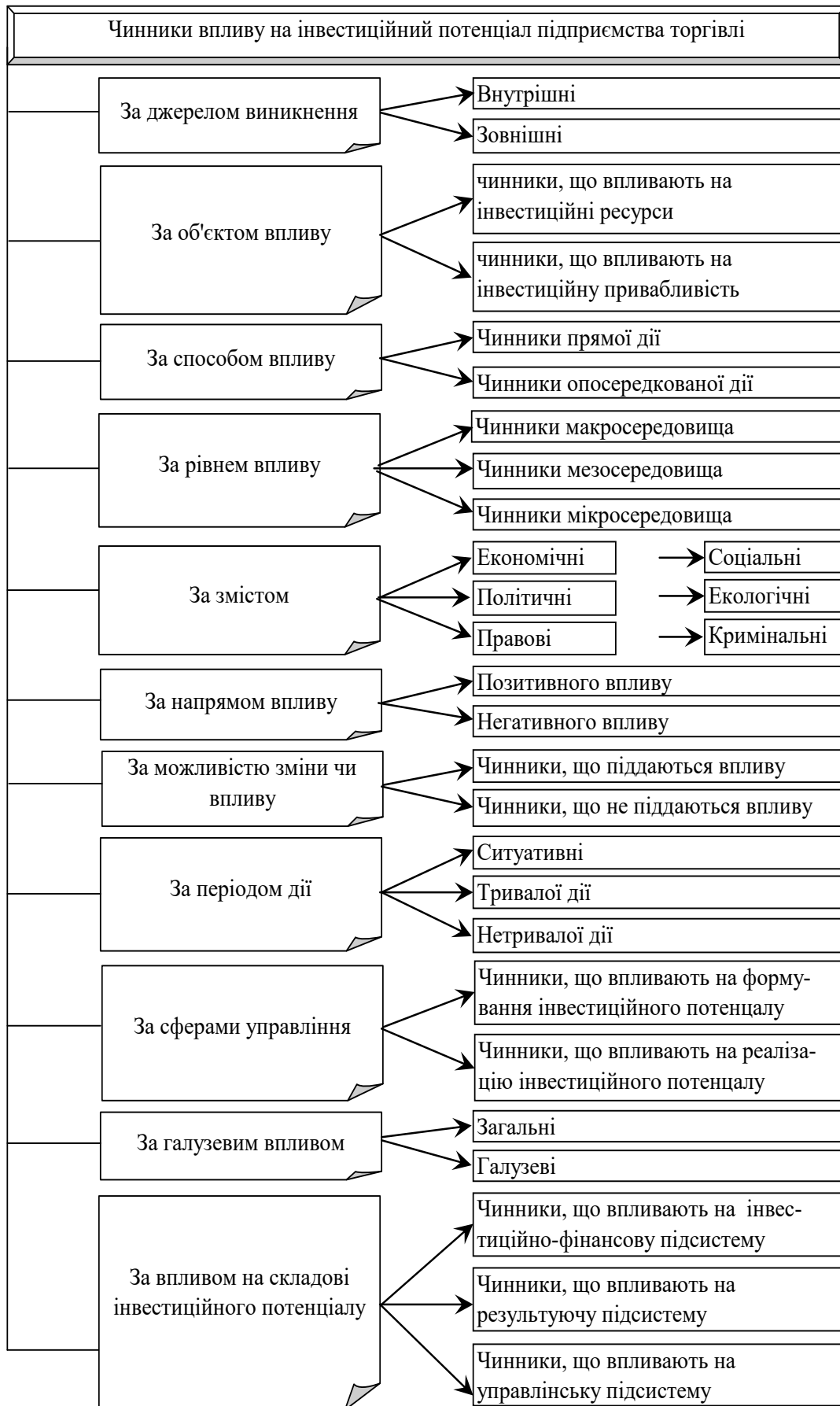


Рис. 2.1. Систематизація чинників впливу на інвестиційний потенціал підприємства торгівлі (розроблено автором)

Виходячи із мети роботи, в основі побудови системи чинників, що впливають на формування інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі, має бути ознака можливості впливу на них для зростання інвестиційного потенціалу. Виходячи з цього найбільш доцільним є поділ усіх чинників за сферою впливу, відповідно до якої всі чинники можна класифікувати на зовнішні й внутрішні [12]. Множина зовнішніх чинників визначає передумови можливості формування загальної сукупності інвестиційних ресурсів в економіці, а внутрішні характеризують можливість отримати частину цих ресурсів для формування інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі (табл. 2.1).

Серед зовнішніх чинників, що впливають на стан наявних інвестиційних ресурсів, на наш погляд, слід виокремити рівень інфляції та податкову політику держави.

Інфляція знижує купівельну спроможність накопичених інвестиційних ресурсів, що збільшує потребу в них для задоволення інвестиційних потреб.

Податкова політика визначає порядок формування прибутку та розмір податку на прибуток, що впливає на розмір інвестиційних ресурсів, що формується з власних джерел.

Серед внутрішніх чинників, що впливають стан наявних інвестиційних ресурсів, можна виділити обрану політику розподілу прибутку на підприємстві торгівлі, амортизаційну політику, прибутковість діяльності.

Обрана політика розподілу прибутку на підприємстві торгівлі визначає частку чистого прибутку, яка залишається у розпорядженні підприємства на інвестиційні цілі, тобто безпосередньо формує інвестиційний потенціал.

Діюча амортизаційна політика визначає час та напрями використання амортизаційних відрахувань на інвестиційні цілі, а також розмір через вибір відповідного методу нарахування амортизації, що визначає розмір накопиченого амортизаційного фонду на підприємстві, а отже й характеризує інвестиційний потенціал.

**Систематизація основних чинників впливу на складові
інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі (розроблено автором)**

Складові інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі	Чинники впливу на інвестиційний потенціал підприємства	
	Зовнішні	Внутрішні
Інвестиційно-фінансова підсистема (ресурси)	Рівень інфляції Податкова політика	Політика розподілу прибутку Амортизаційна політика Прибутковість діяльності
Результуюча підсистема	Стан розвитку економіки Політична стабільність Доходи населення Розвиненість банківського сектору та інших фінансових інституцій Облікова політика НБУ Розвиненість ринку фінансових посередників	Стадія життєвого циклу підприємства торгівлі Організаційно-правова форма підприємства Форма власності підприємства Розмір підприємства Обсяг діяльності підприємства Фінансовий стан Структура активів Наявність кредитної історії Кредитний рейтинг
Управлінська підсистема (компетенції)	Стан ринку праці Розвиток системи освіти	Особистісні складові управлінського персоналу Налагоджені ділові стосунки з фінансовими інституціями Наявність неформальних зв'язків Ділова репутація (імідж)

Прибутковість діяльності впливає на збільшення розміру нерозподіленого прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства, або зменшення його розміру через зазані збитки, що знижує інвестиційний потенціал підприємства торгівлі.

Серед зовнішніх чинників, що впливають на формування інвестиційного потенціалу через створення можливостей залучення інвестиційних ресурсів слід відзначити стан розвитку економіки, політична стабільність, розвиненість банківського сектору та інших фінансових інституцій, облікова політика НБУ, розвиненість ринку фінансових посередників.

Стан розвитку економіки визначає загальні умови функціонування усіх суб'єктів господарювання [192]. У період піднесення пожвавлюються усі економічні процеси, зростають доходи як громадян, а і відповідно підприємств торгівлі, що впливає на розмір прибутку, який отримується. У період спаду або кризи відбуваються зворотні процеси, які також чинять вплив і на діяльність усіх контрагентів підприємства торгівлі, зокрема фінансових інституцій.

Нестабільність політичної ситуації в державі може призвести до зміни умов господарювання. До числа основних політичних чинників, що впливають на формування інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі можна віднести зниження притоку капіталу з-за кордону та підвищення позикових ставок через існування політичних ризиків, які в Україні тісно пов'язані із економічними.

Розвиненість банківського сектору та інших фінансових інституцій проявляється, перш за все, у кількості конкуруючих на ринку між собою фінансових агентів, які визначають розміри та умови надання кредитів та позик. Чим їх більше, тим більша вірогідність отримати позику на більш вигідних для підприємства торгівлі умовах.

Облікова політика Національного банку України регулює розмір позикових ставок, що визначають умови отримання позик. У періоди кризи та депресії дії НБУ мають бути спрямовані на їх зниження, та навпаки у період зростання на підвищення. А тому у різні періоди розвитку економіки існуватимуть різні умови залучення позикових фінансових ресурсів, що позначається на формуванні інвестиційного потенціалу.

Розвиненість ринку фінансових посередників більш актуальна для тих підприємств торгівлі, які бажають вийти на ринок міжнародних позик. Хоча

фінансові посередники можуть надавати допомогу у здійсненні внутрішніх запозичень, наприклад у випадку облігаційних позик.

Серед внутрішніх чинників, що впливають на можливість отримання кредитів та позик для формування інвестиційних ресурсів підприємства торгівлі можна відзначити такі: стадія життєвого циклу підприємства торгівлі, форма власності підприємства, організаційно-правова форма підприємства, розмір підприємства, обсяг діяльності підприємства, фінансовий стан, структура активів, наявність кредитної історії, поточний кредитний рейтинг.

Форма власності підприємства торгівлі вирізняє різні можливості доступу до джерел формування інвестиційних ресурсів [159]. Зокрема підприємства торгівлі державної форми власності мають можливості доступу для отримання державного фінансування, що неможливо для підприємств торгівлі інших форм власності. Підприємства торгівлі колективних форм власності отримують можливості залучення інвестиційних ресурсів за рахунок внесення коштів численних їх власників.

У свою чергу організаційно-правова форма більш повно конкретизує можливості залучення інвестиційних ресурсів підприємств торгівлі колективних форм власності [159; 160]. Зокрема, підприємства торгівлі, організовані як акціонерні товариства, мають можливість залучати інвестиційні ресурси через випуск акцій. Варто відзначити, що якщо підприємство торгівлі є учасником певного об'єднання підприємств, воно має можливість залучити інвестиційні ресурси з головної материнської структури цього об'єднання, що потенційно підвищує його інвестиційний потенціал.

Стадія життєвого циклу підприємства також характеризує різні можливості залучення інвестиційних ресурсів [159; 160]. Наприклад, якщо підприємство торгівлі, яке знаходиться на початковій стадії свого життєвого циклу, воно матиме менше можливостей використання різних методів фінансування своїх інвестиційних потреб, а, отже, й знижує інвестиційний потенціал торговельного підприємства.

Розмір підприємства торгівлі визначається розміром торговельних площ, що є у даний період часу у використанні. Більші розміри визначають більші можливості щодо отримання доходів, а так і можливості повернути позичені кошти, а отже є тим чинником, що сприяє отриманню позикових інвестиційних ресурсів, та потенційно сприяє зростанню інвестиційного потенціалу.

Певним чином із розміром підприємства торгівлі пов'язаний обсяг його діяльності, виражений показником товарообороту, та характеризує масштаби діяльності підприємства, що певним чином впливає на розмір чистого прибутку, що отримується, та можливість залучення різних кредитів та позик.

Фінансовий стан підприємства торгівлі безпосередньо визначає можливості формування власних інвестиційних ресурсів у процесі своєї господарської діяльності та опосередковано впливає на рішення кредиторів щодо надання позик, а, отже, є визначальним чинником, який формує інвестиційний потенціал підприємства. Також непрямим чинником, що може сприяти прийняттю рішення щодо надання позики є стабільна прибуткова діяльність підприємства торгівлі, що є певним чином запорукою у майбутньому вчасного повернення позики кредитору.

На формування інвестиційного потенціалу також чинить вплив й структура активів. Структуру активів підприємств торгівлі визначає специфіка торговельної діяльності, яка обумовлена, перш за все, особливостями торговельно-технологічного процесу. Тому для підприємств торгівлі характерна більша питома вага оборотних активів (оборотного капіталу) і, відповідно, менша питома вага необоротних активів (основного капіталу) у сукупних активах [160]. Чим більша буде питома вага необоротних активів, а у їх складі основних засобів, тим більше розмір позики на інвестиційні цілі можна буде отримати під заставу цих основних засобів.

Із попереднім чинником пов'язаний інший – особливість складу основних засобів підприємств торгівлі, де порівняно з підприємствами інших галузей, як правило, присутня значна питома вага основних засобів, які не є його власністю, а є орендованими [160]. Це з одного боку знижує потреби

підприємства торгівлі у формуванні додаткових інвестиційних ресурсів для відкриття нового торговельного об'єкту, а з іншого, це майно не може бути об'єктом застави для отримання позик.

Опосередковано на залучення позикових джерел інвестиційних ресурсів впливає наявна конкурентна позиція підприємства торгівлі на певному локальному ринку [161]. Чим вона вище, тим більше вірогідність отримання позики.

Якщо для підприємства торгівлі складають кредитні рейтинги і вони є позитивними значно зростає вірогідність отримати нові позики на більш вигідних умовах.

Третьою складовою інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі є здібності та компетенції, носієм яких переважно є кадровий потенціал. Серед зовнішніх чинників на макрорівні що чинять вплив на здібності та компетенції відносно інвестиційного потенціалу підприємств торгівлі, на наш погляд, є стан та кон'юнктура на ринку праці та розвиток системи освіти у країні.

Стан та кон'юнктура на ринку праці у період економічного піднесення може визначати підвищений попит на фахівців у галузі фінансового та інвестиційного менеджменту означатиме, що найбільш кваліфіковані будуть працевлаштовані у найбільш успішних підприємствах, а ті хто знаходитимуться у стані пошуку роботи ще не мають такого високого рівня компетенцій, що потребуватиме певного часу для їх здобуття у процесі практичної роботи. Навпаки, у період кризи, коли відбуваються скорочення вірогідність знайти фахівця з необхідними компетенціями (знанням, досвідом, діловими зв'язками) стає значно більшою.

Розвиток системи освіти у галузі фінансів та інвестиційного менеджменту визначає розробку, існування та актуалізацію певних стандартів освіти для надання відповідних знань та навиків майбутнім фахівцям, а також підвищення кваліфікації різним спеціалістам. Чим ефективніше буде працювати система освіти, тим більш кваліфіковані кадри, як носії здібностей та компетенцій, будуть працювати в галузі.

Серед внутрішніх чинників що впливають на здібності та компетенції є, насамперед, особистісні складові персоналу, налагоджені ділові стосунки з фінансовими інституціями.

Серед особистісних складових персоналу, що бере участь у процесах формування інвестиційного потенціалу можна виокремити такі [162]: комунікативні якості, психофізіологічні характеристики, здібності до інновацій, інтелектуальні здібності, соціально-демографічні характеристики, здібності до творчості, професіоналізм працівника. Чим більше розвинені ці особистісні складові, тим більше успіху у залученні інвестиційних ресурсів буде у діях відповідального за ці процеси працівника.

У процесі своєї діяльності підприємство торгівлі має безліч ділових стосунків із множиною контрагентів, серед яких обов'язково є банківські та інші фінансові інститути. Якщо протягом тривалого періоду налагоджені взаємовигідні відносини, то у такому випадку значно спрощується задача залучення позикових джерел інвестиційних ресурсів.

Безперечним є вплив на інвестиційний потенціал підприємства торгівлі такого нематеріального чинника як ділова репутація. Якщо підприємство торгівлі зарекомендувало себе відповідальним, надійним партнером перед своїми контрагентами (постачальниками, покупцями, кредиторами тощо), має позитивну кредитну історію, то йому простіше буде отримувати нові позики, тим самим збільшуючи наявний інвестиційний потенціал.

Таким чином, наведена сукупність чинників робить різноспрямований вплив на складові інвестиційного потенціалу підприємств торгівлі, що необхідно враховувати під час його формування.

2.2. Науково-методичний підхід до оцінки сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційного потенціалу підприємств роздрібно́ї торгівлі

Процес аналізу чинників впливу на інвестиційний потенціал підприємства роздрібно́ї торгівлі передбачає здійснення декількох етапів досліджень і повинен розпочинатися із збору потрібної для цього інформації і створення достатньо широкого масиву такої інформації, який охоплює зовнішню інформацію, яка характеризує зовнішнє щодо підприємства середовище та внутрішню інформацію, що характеризує окремі аспекти діяльності підприємства. Аналіз основних чинників, що впливають на інвестиційно-фінансову та результуючу підсистеми (можливості формування) інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі пропонується здійснювати за такими напрямками (рис. 2.2): аналіз показників зовнішніх чинників загального впливу – аналіз показників зовнішніх чинників галузевого впливу – аналіз показників внутрішніх чинників, що впливають на складові інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі.

У якості показників, що характеризують вплив зовнішніх чинників на розвиток інвестиційного потенціалу запропоновано відповідно до проведених досліджень у підрозділі 2.1 обрати: для показників, що відображають загальний вплив на складові інвестиційного потенціалу – індекс споживчих цін, рівень податкового навантаження, розмір ВВП, наявні доходи населення, прямі іноземні інвестиції, інвестиції в основний капітал, розмір виданих кредитів; а для показників, що відображають галузевий вплив – валова додана вартість торгівлі, кількість підприємств роздрібно́ї торгівлі, товарооборот роздрібно́ї торгівлі, інвестиції в основний капітал роздрібно́ї торгівлі.

З метою обґрунтування вибору у якості основних чинників впливу обраних показників, у нас здійснено кореляційний аналіз. Як результативну ознаку було обрано розмір інвестицій в основний капітал підприємств роздрібно́ї торгівлі, як показника що найповніше характеризує як формування

інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі, так і його реалізації. Саме розмір інвестицій в основний капітал відображає результати формування інвестиційно-фінансових ресурсів підприємства роздрібної торгівлі, а також можливостей щодо залучення необхідних інвестиційних ресурсів з метою реалізації інвестиційного потенціалу. Результати кореляційного аналізу наведено у табл. 2.2.



Рис. 2.2. Напрями та показники аналізу чинників впливу на інвестиційний потенціал підприємства роздрібної торгівлі (розроблено автором)

Як свідчать дані табл. 2.2, усі з обраних показників, окрім рівня споживчих цін, мають тісний зв'язок із розміром інвестицій в основний капітал

підприємств роздрібної торгівлі, про що свідчить значення коефіцієнта кореляції, значення якого перевищують 0,75. Найбільш тісний зв'язок має розмір виданих кредитів та товарооборот роздрібної торгівлі ($r > 0,9$), як показники, що характеризують ділову активність суб'єктів господарювання, а найменший – рівень податкового навантаження, оскільки це впливає переважно на розмір власних фінансових ресурсів підприємств, які спрямовуються на їхні інвестиційні потреби. Від'ємне значення коефіцієнту кореляції між розміром інвестицій в основний капітал підприємств роздрібної торгівлі та кількістю підприємств роздрібної торгівлі обумовлено загальною тенденцією загострення конкуренції у галузі, а також розукрупнення та зростання розмірів торговельних мереж, що в свою чергу потребує значних розмірів капіталовкладень.

Таблиця 2.2

**Коефіцієнти кореляції між чинниками впливу на інвестиції
в основний капітал підприємств роздрібної торгівлі (розроблено автором)**

Показник	Розмір інвестицій в основний капітал підприємств роздрібної торгівлі
ВВП у фактичних цінах	0,896
Індекс споживчих цін	0,412
Рівень податкового навантаження	0,751
Прямі іноземні інвестиції	0,887
Наявний дохід населення	0,810
Розмір виданих кредитів	0,904
Товарооборот роздрібної торгівлі	0,903
Кількість підприємств роздрібної торгівлі	-0,850
Валова додана вартість роздрібної торгівлі у фактичних цінах	0,877

Слабкий зв'язок індексу споживчих цін із розміром інвестицій в основний капітал підприємств торгівлі пояснюється різною розмірністю даних показників. Для урахування впливу індексу споживчих цін, нами пропонується розрахувати показник реального наявного доходу населення як відношення наявного доходу населення та індексу споживчих цін. У такому випадку, як свідчать дані розрахунків, зв'язок між показниками є тісним ($r=0,81$).

Для подальшого дослідження чинників впливу на інвестиційний потенціал підприємства роздрібної торгівлі доцільно скористатися індексними показниками, які дозволяють оцінити динаміку зміни значень індикаторів стану зовнішнього середовища, оскільки останнє характеризується значною турбулентністю.

У табл. 2.3 наведено сукупність показників зовнішніх чинників загального впливу, які впливають на складові інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі.

За наведеними даними можна зробити наступні висновки:

– індекс споживчих цін протягом останніх десяти років мав тенденцію до зростання, сягнувши свого максимуму 22,3% в 2008 р. у пік фінансової кризи. Протягом 2009 – 2010 рр. рівень інфляції знизився, проте все одно є значним, порівняно із країнами Європи. Загалом такий вплив чинника є несприятливим з точки зору формування інвестиційно-фінансової підсистеми інвестиційного потенціалу підприємства;

– рівень податкового навантаження за останні десять років зростав та сягнув свого максимуму 37,2% у 2009 р., що пов'язане із намаганням Уряду подолати наслідки фінансової кризи. Збільшення податкового навантаження безмовно негативно впливає на інвестиційно-фінансову підсистему інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі, шляхом зниження розміру прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства. Проте слід зазначити, що розмір рівня податкового навантаження все одно є нижчим ніж у країнах Європейського Союзу, де середнє навантаження складає 39,8% [163];

Таблиця 2.3

**Зовнішні чинники загального впливу на формування інвестиційного потенціалу
підприємств роздрібної торгівлі***

Показник	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	1п.2011
Індекс споживчих цін	1,061	0,994	1,082	1,123	1,103	1,116	1,166	1,223	1,123	1,091	1,092
Рівень податкового навантаження	0,285	0,316	0,322	0,318	0,369	0,370	0,356	0,363	0,372	0,309	...
Індекс ВВП	1,092	1,052	1,096	1,121	1,027	1,073	1,079	1,021	0,849	1,042	1,038
Індекс зміни реальних доходів	1,1	1,18	1,091	1,196	1,239	1,188	1,148	1,076	0,915	1,162	1,034
Індекс зміни прямих іноземних інвестицій	1,176	1,201	1,242	1,332	1,867	1,279	1,367	1,206	1,124	1,116	1,168
Індекс зміни інвестицій в основний капітал	1,208	1,089	1,313	1,280	1,019	1,190	1,298	0,974	0,585	0,994	1,159
Індекс зміни виданих кредитів	1,451	1,478	1,608	1,305	1,618	1,710	1,741	1,720	0,985	1,013	1,056

Примітка. * - дані систематизовано та розраховано за [150 – 170]

– індекс зміни ВВП у цілому до 2008 р. демонстрував добру динаміку, окрім 2005 р., коли у країні була наявна політична нестабільність. З початком фінансової кризи у другій половині 2008 р. індекс знизився до 2,1%, а у 2009 р. знизився на 15,1%. Протягом 2010 р – першої половини 2011 р. відбувалося невелике, порівняно із попередніми роками, зростання ВВП, проте його розмір нижче за показник 2008 р. Такий стан справ може свідчити про наявність певної посткризової стагнації, що характеризує інертність бізнес-середовища в Україні на теперішній час. Тенденція повільного розвитку економіки стримує наявні на ринку інвестиційні можливості, що негативно впливає на можливості формування (результуючу підсистему) інвестиційного потенціалу підприємства у цілому, та торгівлі зокрема;

– індекс зміни реальних доходів населення протягом 2001 – 2005 рр. зріс із 1,1 до 1,23 відповідно. З 2006 р. по 2008 рр. темп зростання доходів скорочувався і у 2009 р. відбулося зниження реальних доходів населення на 8,5%. У 2010 р. вони знов зростають на 16,2%, проте у першому півріччі 2011 р. темпи зростання істотно скорочуються, що свідчить про наявність певних проблем у економіці країни. Торгівля, як посередницька ланка між виробником та споживачем безпосередньо залежить від доходів громадян, із їх падінням знижуються доходи, що впливає як на можливості формування інвестиційних ресурсів так і на напрями та обсяги інвестування. Це істотно чинить вплив на інвестиційний потенціал підприємств торгівлі;

– індекс зміни прямих іноземних інвестицій свідчить за досліджуваний період його значення знаходяться на однаковому рівні, окрім 2005 р., коли в Україні відбулася зміна влади та інвестори очікували покращення умов ведення бізнесу [171], та 2009 – 2010 рр. відбулося скорочення темпів зростання прямих іноземних інвестицій внаслідок фінансової кризи та погіршенням загалом бізнес-середовища. Певне пожвавлення спостерігалось у першому півріччі 2011 р., коли темпи зростання прямих іноземних інвестицій збільшилися проти значень 2010 – 2011 рр., що пояснюється певним поліпшенням економічної ситуації. Оскільки торгівля серед інших видів економічної діяльності стабільно

посідає друге-третє місце за обсягами вкладень прямих іноземних інвестицій, то їх зростання безумовно розширює можливості збільшення інвестиційного потенціалу;

– індекс зміни інвестицій в основний капітал загалом повторює тенденції розвитку ВВП до 2008 р., коли відбувалося його зростання, крім 2005 р. переважно внаслідок політичної нестабільності [172]. З початком фінансової кризи у 2008 р. інвестиційна діяльність підприємств суттєво скорочується про що свідчить зниження індексу зміни інвестицій в основний капітал, особливо у 2009 р., коли його значення сягнуло 0,585. Невелике скорочення відбулося й у 2010 р., проте вже за перше півріччя 2011 р. індекс зміни склав 1,159, що свідчить про поживлення інвестиційної діяльності підприємств;

– індекс зміни виданих кредитів мав тенденцію до зростання протягом 2001 – 2007 рр., дещо знизився у 2008 р., проте у 2009 р. відбулося скорочення обсягів виданих кредитів на 1,5%, у 2010 р. він зріс на 1,3%, та за перше півріччя 2011 р. зріс вже на 5,6%, що свідчить про певне поживлення у фінансовій сфері. Зниження пропозиції на ринку позикового капіталу безумовно обмежує можливості залучення коштів на інвестиційні потреби підприємств торгівлі, що безумовно обмежує їх інвестиційний потенціал.

Результати дослідження галузевих чинників впливу на інвестиційний потенціал підприємств торгівлі (табл. 2.4) засвідчили, що:

– індекс зміни валової доданої вартості торгівлі демонстрував стабільне зростання до 2009 р., коли у 2009 р. відбулося скорочення валової доданої вартості внаслідок фінансової кризи, а протягом 2010 – першої половини 2011 р. знов відбувається її зростання. При цьому варто зауважити, що темпи зростання валової доданої вартості значно вищі за темпи зростання ВВП. Це свідчить, про те, що торгівля є галуззю, що динамічно розвивається і робить значний внесок у формування ВВП. Зростання валової доданої вартості у торгівлі також свідчить про активізацію інвестиційних процесів у галузі, а також про нарощення інвестиційного потенціалу підприємствами торгівлі;

Таблиця 2.4

**Зовнішні чинники галузевого впливу на формування інвестиційного потенціалу
підприємств роздрібної торгівлі***

Показник	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	1.п2011
Індекс зміни валової доданої вартості торгівлі	...	1,233	1,286	1,298	1,365	1,224	1,389	1,379	0,99	1,174	1,277
Індекс зміни кількості підприємств роздрібної торгівлі	0,93	0,934	0,939	0,913	0,914	0,950	0,939	0,962	0,931	0,977	...
Індекс зміни фізичного обсягу товарообороту підприємств роздрібної торгівлі	114,1	115,6	121,8	122,7	124,3	127,1	130,1	118,0	79,0	110,2	115,2
Індекс зміни інвестицій в основний капітал в роздрібну торгівлю	1,030	1,528	1,491	1,551	1,735	1,683	1,775	1,277	0,684	0,748	1,242

Примітка. * - дані систематизовано та розраховано за [164 – 167; 170; 173 – 175]

– індекси зміни фізичного обсягу товарообороту підприємств роздрібно́ї торгівлі протягом 2001 – 2008 рр. стабільно зростали, що свідчить про розвиток торговельного бізнесу у цей час та пояснюється збільшенням реальних доходів населення у цей же час, що було встановлено раніше. Із падінням реальних доходів населення у 2009 р., обсяг роздрібного товарообороту також скоротився, їх зростання у 2010 – 2011 р. також спричинило зростання товарообороту підприємств роздрібно́ї торгівлі. Отже, товарооборот підприємств роздрібно́ї торгівлі суттєво залежить від реальних доходів населення та їхнє коливання спричиняє відповідні коливання у доходах підприємств торгівлі та, відповідно, прибутках, які є джерелом формування інвестиційного потенціалу;

– індекс зміни інвестицій в основний капітал підприємств роздрібно́ї торгівлі за період 2001 – 2008 рр. свідчать про зростання інвестицій в основний капітал підприємств роздрібно́ї торгівлі, особливо активно у період 2005 – 2007 рр. У період 2009 – 2010 рр. відбувався спад інвестиційної активності у торгівлі, що, як було встановлено вище, характерне для економіки у цілому [176]. І лише у першому півріччі 2011 р. відбувався приріст інвестицій в основний капітал підприємств торгівлі, проте його темп є нижчим ніж у до кризовий період. Таким чином, зміни інвестицій у основний капітал підприємств роздрібно́ї торгівлі є відображенням реалізації інвестиційного потенціалу підприємства та тісним чином взаємопов'язані із загальною макроекономічною ситуацією у країні;

– індекс зміни кількості підприємств роздрібно́ї торгівлі за досліджуваний період 2001 – 2010 рр. свідчить про їх постійне скорочення, що має характеризувати зниження конкуренції у галузі, однак офіційна статистика відображає лише підприємства юридичні особи, проте не веде статистику щодо обсягів діяльності фізичних осіб-підприємців, частка яких відносно юридичних осіб постійно зростає та перевищує 80% [177; 178]. Отже, загалом конкуренція на ринку роздрібно́ї торгівлі посилюється, що певним чином обмежує можливості підприємств роздрібно́ї торгівлі щодо нарощення інвестиційного

потенціалу;

Результати аналізу внутрішніх чинників впливу на інвестиційний потенціал підприємств роздрібною торгівлі засвідчили таке:

– прибутковість діяльності характеризують фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування у роздрібній торгівлі (табл. 2.5), які протягом 2001 – 2006 рр. постійно зростали, дещо знизилися у 2007 р., а з початком фінансової кризи по теперішній час підприємствами роздрібною торгівлі зазнаються збитки, розмір яких, щоправда, щороку знижується на фоні загалом прибуткової діяльності підприємств торгівлі у цілому протягом 2010 р. – першої половини 2011 р. При цьому варто відзначити, що частка збиткових підприємств у роздрібній торгівлі є нижчою, ніж у цілому по торгівлі. Отже, збитковість роздрібною торгівлі загалом пояснюється великим розміром збитків окремих ритейлерів. Враховуючи той факт, що розмір чистих збитків ще більший, ніж фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування, інвестиційно-фінансова підсистема інвестиційного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі загалом знижується;

Таблиця 2.5

**Фінансові результати діяльності підприємств роздрібною торгівлі
за 2001 – 1-ше півріччя 2011 рр.***

Показник	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	1п.2011
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування, млн. грн.	196	69,4	66,3	172,3	528,7	539,2	211,1	-4345,5	-1750,8	-447,4	-297,2
Чистий прибуток (збиток), млн. грн.	-4861,1	-2738,2	-1378	-783,6

Примітка. * - дані систематизовано за [179]

– результати реалізації амортизаційної політики відображаються безпосередньо на ступені зносу основних засобів підприємств торгівлі (табл. 2.6). Протягом досліджуваного періоду ступінь зносу основних засобів

підприємств торгівлі знижувався з 37,5% у 2001 р. до 22% у 2007 р. Зниження інвестиційної активності з початком фінансової кризи наклало свій відбиток на реалізацію амортизаційної політики, результатом чого стало збільшення ступеня зносу основних засобів протягом 2008 – 2010 рр. до 32,1%. Така ситуація є прямим наслідком тих негативних впливів чинників зовнішнього середовища, що було визначено вище, і безпосередньо пов'язано зі зниженням інвестиційного потенціалу підприємств торгівлі;

Таблиця 2.6

**Рівень зносу основних засобів підприємств торгівлі
за 2001 – 2010 рр.***

Показник	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Рівень зносу основних засобів, %	37,5	35,3	35,2	33,7	31,9	29,8	22	26,4	28,7	32,1

Примітка. * - дані систематизовано за [164 – 167; 170]

– результати аналізу організаційно-правових форм підприємств торгівлі за 2008 р. – першу половину 2011 р. (табл. 2.7) засвідчили, що половина підприємств є товариством з обмеженою відповідальністю, можливості залучення власних коштів обмежені фінансовими можливостями учасників товариства. Третина з усіх підприємств є приватними підприємствами, де фінансові можливості залучення власного капіталу обмежені фінансовими можливостями власника. Як філії (відокремлені підрозділи) інших підприємств організовані біля 4% від загальної кількості підприємств торгівлі, де можливості залучення власних коштів обмежені фінансовими можливостями материнських підприємств. Скористатися випуском акцій, як джерелом залучення фінансових ресурсів має можливість біля 2% підприємств торгівлі, при чому лише 0,33% є відкритими (публічними) акціонерними товариствами, акції яких можуть вільно обертатися на фінансовому ринку, що збільшує можливості залучення інвестиційних ресурсів;

Таблиця 2.7

**Розподіл підприємств торгівлі за організаційно-правовими формами
господарювання***

Організаційно-правові форми господарювання	Кількість підприємств, од.				Структура підприємств, %			
	2008	2009	2010	1.п.2011	2008	2009	2010	1п.2011
Усього, у тому числі	307760	313257	324368	329422	100	100	100	100
фермерське господарство	87	94	114	138	0,03	0,03	0,04	0,04
приватне підприємство	111338	112995	113856	113877	36,18	36,07	35,10	34,57
колективне підприємство	6741	6505	6304	6127	2,19	2,08	1,94	1,86
державне підприємство	469	460	456	447	0,15	0,15	0,14	0,14
комунальне підприємство	1952	1888	1836	1827	0,63	0,60	0,57	0,55
дочірнє підприємство	6819	6669	6503	6443	2,22	2,13	2,00	1,96
іноземне підприємство	772	753	742	737	0,25	0,24	0,23	0,22
підприємство об'єднання громадян (релігійної організації, профспілки)	1182	1159	1155	1149	0,38	0,37	0,36	0,35
підприємство споживчої кооперації	685	716	769	778	0,22	0,23	0,24	0,24
орендне підприємство	326	320	318	314	0,11	0,10	0,10	0,10
спільне підприємство	1133	1128	1128	1124	0,37	0,36	0,35	0,34
акціонерне товариство, з нього	6966	6748	6495	6246	2,26	2,15	2,00	1,90
- публічне		18	88	184	0,00	0,01	0,03	0,06
- приватне		21	227	574	0,00	0,01	0,07	0,17
- відкрите	1256	1183	1007	806	0,41	0,38	0,31	0,24
- закрите	5657	5455	5077	4596	1,84	1,74	1,57	1,40
товариство з обмеженою відповідальністю	146159	151558	162544	167912	47,49	48,38	50,11	50,97
товариство з додатковою відповідальністю	69	72	93	122	0,02	0,02	0,03	0,04
повне товариство	361	361	360	362	0,12	0,12	0,11	0,11
командитне товариство	227	228	227	223	0,07	0,07	0,07	0,07
кооператив	1114	1133	1135	1151	0,36	0,36	0,35	0,35
асоціація	189	187	191	193	0,06	0,06	0,06	0,06
корпорація	158	165	160	160	0,05	0,05	0,05	0,05
консорціум	8	7	7	7	0,00	0,00	0,00	0,00
концерн	83	80	79	77	0,03	0,03	0,02	0,02
інші об'єднання юридичних осіб	103	98	97	94	0,03	0,03	0,03	0,03
філія	14930	14079	13801	13680	4,85	4,49	4,25	4,15
представництво	156	139	134	142	0,05	0,04	0,04	0,04
споживче товариство	3676	3594	3534	3482	1,19	1,15	1,09	1,06
спілка споживчих товариств	183	165	159	158	0,06	0,05	0,05	0,05

Примітка. * - дані систематизовано та розраховано за [180 – 183]

– результати аналізу розміру підприємств роздрібно́ї торгівлі (табл. 2.8), слід відзначити, що майже 95% від загальної кількості є малими, трохи більше 4% середніми та біля 1% великими. Отже, можливості отримання великих розмірів доходів та відповідно прибутків, що збільшує інвестиційно-фінансову складову інвестиційного потенціалу, а також більші можливості щодо залучення великих розмірів позикових коштів для формування інвестиційних ресурсів (результуюча підсистема) доступні лише для біля 1% підприємств торгівлі;

Таблиця 2.8

Структура підприємств торгівлі за розмірами за 2006-2010 рр.*

Розмір підприємства	2006	2007	2008	2009	2010
Велике	0,4	0,6	0,8
Середнє	4,2	4,2	4,4
Мале	95,4	95,2	94,8	95,5	94,9

Примітка. * - дані систематизовано з [177; 178; 184]

– результати аналізу фінансового стану (табл. 2.9) свідчать про відносно добрий фінансовий стан підприємств роздрібно́ї торгівлі протягом 2005-2007 рр., та його суттєве погіршення протягом 2008 р. – 1 півріччя 2011 р. Незбалансованість структури активів та капіталу підприємств роздрібно́ї торгівлі викликало погіршення фінансових показників. Зниження відбулося за всіма показниками, що свідчить про скорочення можливостей нарощення інвестиційного потенціалу підприємств роздрібно́ї торгівлі та є прямим наслідком негативного впливу зовнішнього середовища на них;

– безперечно негативно вплинули на можливості залучення позикових коштів на інвестиційні потреби відмови у період фінансової кризи великими ритейлерами виконувати свої фінансові зобов'язання перед фінансовими інституціями, інвесторами та постачальниками. Це знизило довіру потенційних інвесторів, зробило більш жорсткими умови отримання кредитів, що потенційно знижує можливості зростання інвестиційного потенціалу не лише окремого підприємства торгівлі, а для галузі у цілому.

Таблиця 2.9

Показники фінансового стану підприємств роздрібної торгівлі*

Показники фінансового стану	2005	2006	2007	2008	2009	2010	1.пів. 2011*
Коефіцієнт покриття	1,02	1,12	1,07	0,98	0,95	0,92	0,94
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,56	0,50	0,48	0,46	0,43
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,13	0,10	0,10	0,09	0,07
Коефіцієнт автономії	0,27	0,23	0,18	0,09	0,09	0,10	0,03
Коефіцієнт фінансування	2,76	3,36	4,60	9,94	11,55	8,93	34,17
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними коштами	0,01	0,10	0,07	-0,02	-0,05	-0,09	-0,06
Коефіцієнт оборотності оборотних активів, об.	4,67	4,23	4,01	3,95	3,50	3,77	2,03
Коефіцієнт загальної оборотності активів, об.	2,86	2,76	2,53	2,45	2,23	2,31	1,26
Коефіцієнт оборотності матеріальних оборотних коштів, об.	8,13	7,02	7,48	3,76
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, об.	10,73	9,67	10,54	5,83
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, об.	4,85	4,03	4,20	2,18
Середній строк обігу дебіторської заборгованості, дні	33,55	37,23	34,17	30,87
Середній строк обороту матеріальних оборотних коштів, дні	44,28	51,25	48,16	47,92
Тривалість обігу кредиторської заборгованості	74,24	89,39	85,68	82,55
Рентабельність діяльності, %	1,05	0,75	0,22	-3,37	-1,21	-0,24	-0,38
Рентабельність активів, %	2,99	2,06	0,55	-8,27	-2,71	-0,56	-0,47
Рентабельність власного капіталу, %	10,53	8,76	2,62	-64,58	-29,25	-5,11	-12,28

Примітка. – * дані наведено без урахування малих підприємств; розраховано за [164 – 167; 177 – 179]

Таким чином, проведене аналітичне дослідження чинників впливу на інвестиційний потенціал підприємств роздрібної торгівлі протягом 2001 – 2010 рр. дозволяє зробити такі висновки:

– підприємства роздрібної торгівлі стабільно розвивалися протягом 2001 – 2007 рр., а протягом 2008 – 2010 рр. відчули вплив фінансової кризи, що обумовлено зниженням активності бізнес-середовища, зниженням реальних доходів населення, погіршенням загальноекономічних умов діяльності суб'єктів господарювання [185]. З початком 2011 р. почали спостерігатися певні сигнали щодо зростання основних показників зовнішнього впливу на інвестиційний потенціал підприємств роздрібної торгівлі;

– негативний вплив протягом 2008 – 2010 рр. загальних та галузевих зовнішніх чинників обумовив погіршення внутрішніх чинників впливу, що загалом обумовило зниження можливостей формування інвестиційного потенціалу (результуюча підсистема) та інвестиційно-фінансової підсистеми інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі, що відобразилося як на обсязі інвестиційної діяльності підприємств, так і на її результатах.

Як свідчать результати проведеного дослідження різні чинники по-різному впливають як на інвестиційно-фінансову підсистему інвестиційного потенціалу, так і на можливості його формування (результуюча підсистема). З метою виявлення найбільш сприятливого впливу чинників зовнішнього середовища щодо нарощення інвестиційно-фінансової підсистеми або реалізації наявних можливостей (результуюча підсистема), нами пропонується методичний підхід щодо оцінки сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі, який базується на побудові матриці сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі. Структурно-логічна послідовність процесу оцінки сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі подано на рис. 2.3.

Реалізація запропонованого методичного підходу передбачає реалізацію низки послідовних етапів. Перший етап передбачає формування вихідної

інформаційної бази оцінки сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі.

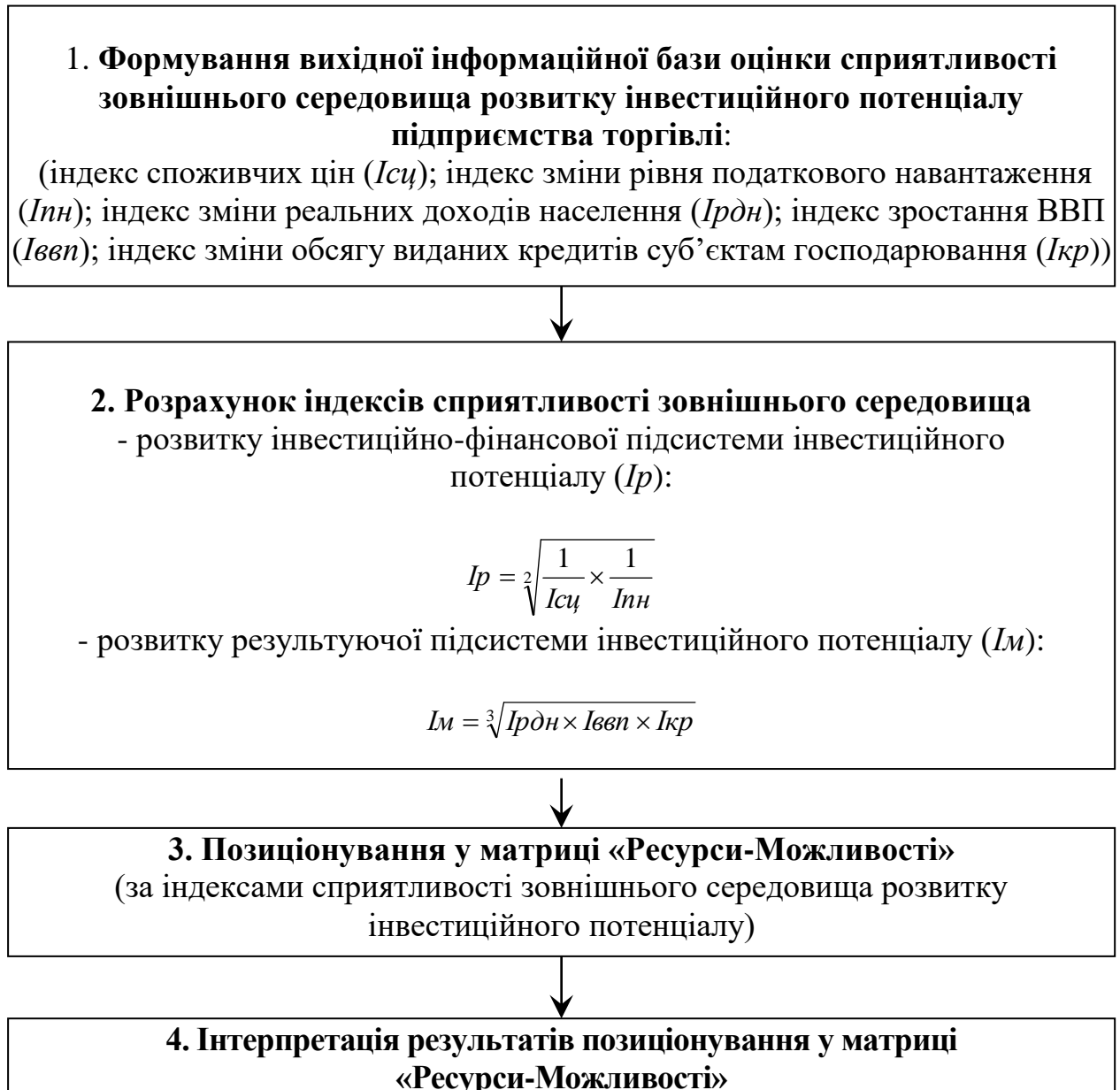


Рис. 2.3. Структурно-логічна послідовність оцінки сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі (розроблено автором)

У якості базових показників, що складають інформаційну базу оцінки обрано найбільш вагомні, із сукупності показників, що було розглянуто вище, що найбільш істотно впливають на інвестиційно-фінансову складову та можливості формування інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної

торгівлі. Це: індекс споживчих цін, індекс зміни рівня податкового навантаження, індекс зміни реальних доходів населення, індекс зростання ВВП, індекс зміни обсягу виданих кредитів суб'єктам господарювання.

На другому етапі передбачено розрахунок індексів сприятливості зовнішнього середовища:

– розвитку інвестиційно-фінансової підсистеми інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі як інтегрального показника на основі мультиплікативної моделі, що поєднує дві складові – індекс споживчих цін та індекс зміни рівня податкового навантаження (формула 2.2):

$$I_p = \sqrt[2]{\frac{1}{I_{sc}} \times \frac{1}{I_{pn}}} , \quad (2.2)$$

де I_p – індекс сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційно-фінансової підсистеми інвестиційного потенціалу;

I_{sc} – індекс споживчих цін;

I_{pn} – індекс зміни податкового навантаження.

Використання у формулі 2.2 обернених показників індексу споживчих цін та індексу зміни рівня податкового навантаження обумовлено тим, що зростання значень цих показників спричиняє негативний вплив на інвестиційно-фінансову підсистему інвестиційного потенціалу роздрібною торгівлі.

– розвитку результуючої підсистеми (можливостей формування) інвестиційного потенціалу роздрібною торгівлі (формула 2.3):

$$I_m = \sqrt[3]{I_{p\partial n} \times I_{v\partial n} \times I_{kr}} , \quad (2.3)$$

де I_m – індекс сприятливості зовнішнього середовища розвитку результуючої підсистеми (можливостей формування) інвестиційного потенціалу;

$I_{рн}$ – індекс зміни реальних доходів населення;

$I_{ввп}$ – індекс зростання ВВП;

$I_{кр}$ – індекс зміни обсягу виданих кредитів суб'єктам господарювання.

На третьому етапі на основі розрахованих індексів сприятливості зовнішнього середовища здійснюється позиціонування поточного стану зовнішнього середовища відносно його впливу на складові інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі у матриці «Ресурси-Можливості» (рис. 2.4)

		$I_m < 1$	$I_m \geq 1$
Ресурси	$I_p \geq 1$	1 $I_p \geq 1$ $I_m < 1$	2 $I_p \geq 1$ $I_m \geq 1$
	$I_p < 1$	3 $I_p < 1$ $I_m < 1$	4 $I_p < 1$ $I_m \geq 1$
		Можливості	

Рис. 2.4. Матриця «Ресурси – Можливості»

Вибір одиниці у якості граничного значення для розмежування квадрантів матриці обумовлено тим, що про зростання показників у динаміці свідчить їх значення, яке перевищуватиме 1. У такому випадку вплив чинників зовнішнього середовища буде сприятливим для складових інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі. Відповідно зворотна ситуація свідчатиме про негативний вплив на розвиток складових інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі.

На четвертому етапі здійснюється інтерпретація результатів позиціонування поточного стану зовнішнього середовища у матриці «Ресурси-Можливості». Так, квадрант 1 матриці характеризує ситуацію коли зовнішнє

середовище сприяє зростанню інвестиційно-фінансової підсистеми інвестиційного потенціалу підприємства при негативному впливі на результуючу підсистему (можливості формування) інвестиційного потенціалу. У такому випадку має сенс нарощення інвестиційного потенціалу за рахунок інвестиційно-фінансової підсистеми.

Квадрант 2 матриці характеризує найкращу ситуацію, коли з'являються умови і для нарощення інвестиційного потенціалу за рахунок інвестиційно-фінансової підсистеми та за рахунок реалізації результуючої підсистеми (використання наявних можливостей).

Квадрант 3 матриці характеризує найгірший стан, коли усі чинники зовнішнього середовища не сприяють зростанню інвестиційного потенціалу.

Квадрант 4 матриці відображає ситуацію коли зовнішнє середовище сприяє зростанню результуючої підсистеми (можливостей формування інвестиційного потенціалу) при негативному впливі на інвестиційно-фінансову підсистему інвестиційного потенціалу підприємства. У такому випадку доцільно нарощення інвестиційного потенціалу за рахунок використання наявних можливостей.

Таким чином, запропонований методичний підхід оцінки сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі дозволяє підприємствам роздрібної торгівлі відслідковувати поточну ситуацію в економіці, яка по-різному впливає на складові їхнього інвестиційного потенціалу, та посилювати ці складові у періоди сприятливості.

На основі запропоновано методичного підходу було здійснено оцінку сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційного потенціалу за 2001 – 2010 рр. Результати оцінки сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі наведено у табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Оцінка сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі за 2001-2010 рр.

(розроблено автором)

Показник	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Ір	0,98	0,95	0,95	0,95	0,88	0,94	0,94	0,90	0,93	1,003
Ім	1,20	1,22	1,24	1,21	1,27	1,30	1,29	1,24	0,91	1,07
Квадрант матриці	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2

Результати розрахунків свідчать, що протягом 2001 – 2008 рр. зовнішнє середовище сприяло розвитку можливостей (результуючої підсистеми) під час формування інвестиційного потенціалу, у 2009 р. внаслідок фінансової кризи негативний вплив не сприяв розвитку інвестиційного потенціалу, а у 2010 р. спостерігалася найкраща ситуація, яка сприяла розвитку інвестиційного потенціалу як за рахунок інвестиційно-фінансової, так і за рахунок результуючої підсистем.

Слід зауважити, що несприятливий вплив зовнішніх чинників на інвестиційно-фінансову підсистему інвестиційного потенціалу та його посилення протягом 2001 – 2009 рр. призвів до того, що підприємства роздрібної торгівлі активно використовували можливості для нарощення свого інвестиційного потенціалу за рахунок різного роду запозичень, що сприяло погіршенню структури капіталу та фінансового стану загалом, у тому числі через фінансову кризу. Дані висновки цілком співпадають із результатами аналізу зовнішніх чинників проведених вище, що лише підкреслює вагомість урахування зовнішніх чинників під час формування інвестиційного потенціалу підприємства.

2.3. Оцінка інвестиційної привабливості як зовнішньої складової інвестиційного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі

Істотні зміни на продовольчому ринку України підвищують роль і значення оцінки інвестиційного потенціалу як для окремого підприємства роздрібною торгівлі, так і для власників капіталу, його постачальників, покупців, і конкурентів, банківських та інших фінансово-кредитних установ, місцевих органів влади та держави в цілому. Підприємство роздрібною торгівлі виступає на споживчому ринку одночасно як суб'єкт та об'єкт ринкових відносин. У ролі суб'єкта підприємство для здійснення господарської діяльності, з одного боку, повинно бути конкурентоспроможним, а з іншого – взаємодіяти з ринковою інфраструктурою, контактними аудиторіями тощо. Це складає комплекс взаємозалежних господарських процесів, які залежать від багатьох різноманітних чинників, що різноспрямовано впливають на результати функціонування підприємства. Регулярне оцінювання підприємством власного інвестиційного потенціалу підвищує ефективність управління його майном і капіталом, а це, у свою чергу, сприяє підвищенню доходу та прибутку.

Позитивне вирішення окресленого завдання вважаємо особливо важливим у сучасних умовах загострення конкурентної боротьби за грошові ресурси населення. Інвестиційна і фінансова політика підприємств роздрібною торгівлі повинна бути сформована таким чином, щоб забезпечити їм постійну здатність виконувати всі зобов'язання та здійснити всі необхідні інвестиції. Це викликає необхідність: по-перше, забезпечення чіткого координування потоку платежів на підприємстві за часом і обсягами коштів із матеріальними потоками; по-друге, погодження термінів залучення і вкладання капіталу; по-третє, забезпечення відповідності окремих складових капіталу необоротним і оборотним активам тощо.

Проведене в першому розділі даної роботи дослідження існуючих методичних підходів, які використовуються під час оцінки інвестиційного потенціалу господарюючих суб'єктів, показало, що переважна більшість

методик дозволяє оцінити лише зовнішню складову інвестиційного потенціалу, а саме – інвестиційну привабливість. Виходячи із важливості цієї складової як для власників бізнесу, так і для потенційних та/або реальних інвесторів із погляду привабливості конкретного підприємства роздрібної торгівлі та доцільності вкладання в нього коштів у порівнянні з іншими підприємствами, було проведено її оцінку в підприємствах роздрібної торгівлі.

На споживчому ринку України у 2010 році працювало понад 11 тис. підприємств роздрібної торгівлі, що відрізнялися за форматами, спеціалізацією, організаційно-правовими формами діяльності тощо [173]. Найбільш активний розвиток протягом останніх 10 років спостерігався саме в мережних підприємствах роздрібної торгівлі [186]. Крім того такі підприємства роздрібної торгівлі є стаціонарними, здебільшого мають у власності торговельні площі як головний елемент пасивної частини основних фондів. Тому оцінювання зовнішньої складової інвестиційного потенціалу було проведено на основі даних сукупності підприємств роздрібної торгівлі, яка складається з 10 роздрібних торговельних мереж формату «супермаркет», сферою економічної діяльності яких є роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах із перевагою продовольчого асортименту (додаток Д, табл. Д.1). За організаційно-правовими формами, розміром, місцем розташування, підприємства, що досліджувалися, характеризуються значною різноманітністю.

За основну ознаку групування була обрана середня торговельна площа супермаркету, що обумовлюється її об'єктивністю та однозначністю для оцінювання (додаток Д, табл. Д.2). Розрахункове значення коефіцієнта варіації не перевищує 40%, що свідчить про однорідність інформації та невелике коливання ознаки в сукупності, яка вивчається [208].

Базуючись на запропонованому в параграфі 1.3 групуванні методів із позиції їх придатності для оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі (табл. 1.4), вважаємо доцільним використовувати під час оцінки зовнішньої складової інвестиційного потенціалу універсальних методик.

Компаративний аналіз показав, що найбільш поширеною і відомою з них є методика інтегральної оцінки, яка дозволяє комплексно оцінити інвестиційну

привабливість підприємства за основними компонентами його фінансового стану [147]. У даній роботі пропонується знівелювати означені раніше недоліки даної методики наступними шляхами:

- по-перше, вибору з наведених показників основних, найбільш важливих для підприємств роздрібної торгівлі;

- по-друге, проведенням розрахунків за сукупністю підприємств роздрібної торгівлі, що дозволить порівняти їх інвестиційну привабливість.

Пропонований у методиці інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій [147] перелік показників є досить великим. Більшість із представлених показників є взаємопов'язаними і взаємообумовленими, що пояснюється наявністю зв'язків між економічними явищами.

Якість же оцінювання інвестиційної привабливості підприємства, насамперед, визначається набором оціночних показників, які використовуються для отримання експертного висновку. У монографії дотримується позиція, відповідно до якої кількість коефіцієнтів за кожним аспектом фінансового стану не повинна перевищувати семи, що забезпечить адекватний контроль над об'єктами спостереження [187]. Тому для проведення оцінки було обрано основні, найбільш суттєві і відповідні галузевій специфіці показники, які дозволяють надати об'єктивну характеристику явищу, що вивчається [188].

Вибір показників, що мають самостійне значення, та урахування галузевої специфіки під час їх інтерпретації дозволяє розробити не простий набір, а їх певну систему, що дозволить об'єктивно оцінити зовнішню складову інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі.

З урахуванням вимог до формування збалансованої системи показників [189], а також обмежень, що накладаються на неї, пропонується певний перелік коефіцієнтів, алгоритм розрахунку яких стосовно до підприємств роздрібної торгівлі наведений у табл. 2.11.

Методикою інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій рекомендовано під час аналізу ділової активності розраховувати

показник оборотності коштів у розрахунках та показник оборотності виробничих запасів [147]. Однак, враховуючи, що оцінювати інвестиційну привабливість крім зовнішніх користувачів може власне керівництво (дирекція) або учасники підприємства роздрібної торгівлі, пропонуємо замінити ці показники на більш доречні: показники оборотності активів та оборотності товарних запасів.

Таблиця 2.11

Алгоритм розрахунку показників для оцінки інвестиційної привабливості підприємств роздрібної торгівлі

Показник	Алгоритм розрахунку	Норматив / напрямок
1	2	3
1. Ліквідність		
1.1. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Кал. = (Грошові кошти + Короткострокові фінансові вкладення) / Короткострокові зобов'язання	> 0,1
1.2. Коефіцієнт загальної ліквідності	Кз.л. = Оборотні кошти / Короткострокові зобов'язання	> 1
1.3. Коефіцієнт співвідношення кредиторської і дебіторської заборгованості	Кк/д = Кредиторська заборгованість / Дебіторська заборгованість	
2. Фінансова стійкість		
2.1. Коефіцієнт незалежності (автономії)	Кн = Власний капітал / Валюта балансу	> 0,2
2.2. Коефіцієнт маневреності власного капіталу	Км = Власні оборотні кошти / Власний капітал	↑
2.3. Коефіцієнт фінансування	Кф. = Власний капітал / Позикові кошти	> 1
2.4. Коефіцієнт інвестування	Кінв = Власний капітал / Основні засоби	
3. Прибутковість і ділова активність		
3.1. Коефіцієнт рентабельності реалізації	Кр.р. = Чистий прибуток / Чистий дохід від реалізації	↔ ; ↑

Продовження таблиці 2.11

1	2	3
3.2. Коефіцієнт рентабельності активів	$\text{Кр.а.} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середньорічна вартість активів}}$	\leftrightarrow ; \uparrow
3.3. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	$\text{Кр.в.к.} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня величина власного капіталу}}$	\leftrightarrow ; \uparrow
3.4. Коефіцієнт оборотності активів	$\text{Ко.а.} = \frac{\text{Виручка від реалізації}}{\text{Середньорічна вартість активів}}$	\leftrightarrow ; \uparrow
3.5. Коефіцієнт оборотності товарних запасів	$\text{Ко.т.з} = \frac{\text{Виручка від реалізації}}{\text{Середньорічна вартість товарних запасів}}$	\leftrightarrow ; \uparrow

Примітка. * – складено автором на основі методики [147]

Дані показники всебічно характеризують фінансовий стан підприємства роздрібною торгівлі та являють собою підґрунтя для потенційних інвесторів щодо ухвалення рішення про ефективність інвестицій в нього. Для визначення показників відповідно до методики оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій [147] використовуються дані фінансової звітності мережних підприємств роздрібною торгівлі (додаток Д, табл. Д.3-Д.4).

Обґрунтування вибору даних показників за означеними аспектами фінансового стану полягає в наступному.

Сутність інвестиційної привабливості визначається ефективним формуванням, розподілом і використанням фінансових ресурсів. Зовнішнім проявом інвестиційної привабливості виступає платоспроможність, як здатність вчасно повністю виконати свої платіжні зобов'язання за торговельними, кредитними та іншими операціями платіжного характеру. Платоспроможність є наслідком ліквідності, рентабельної діяльності та ефективного управління грошовими потоками підприємства, що дозволяє синхронізувати грошові надходження та виплати фінансових зобов'язань [190].

Коефіцієнти ліквідності є вимірниками того, яку частину короткострокових зобов'язань підприємство торгівлі здатне погасити за

рахунок відповідних складових оборотних активів та якою мірою загальний розмір оборотних активів перевищує заборгованість.

Розрахунок коефіцієнтів ліквідності (табл. 2.12) для більшості досліджуваних мережних підприємств роздрібної торгівлі засвідчив відповідність отриманих значень нормативам, що говорить про їх спроможність вчасно розплатитися за найбільш терміновими зобов'язаннями.

Підприємства ВАТ «Базис», ВАТ «Гранд Маркет», ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан», ТОВ «Фоззі-Фуд» і ТОВ «Квіза-Трейд» не спроможні негайно ліквідувати свою короткострокову заборгованість протягом всього періоду дослідження. Негативну динаміку абсолютної ліквідності мають шість мереж: ВАТ «Базис», ТОВ СУАП «Європоль», ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан», ТОВ «Таврія В», ТОВ «Квіза-Трейд» і ТОВ «Край».

Отримані значення коефіцієнта загальної ліквідності у ВАТ «Базис», ТОВ «Восторг», ТОВ СУАП «Європоль» і ТОВ «Укр-Трейд» говорять про підвищення їх спроможності погашати поточні зобов'язання за рахунок оборотних активів у 2008 – 2010 рр. Зростання ліквідності спостерігається лише у ВАТ «Базис», що підтверджується позитивною динамікою коефіцієнта. Занадто низьку спроможність ліквідувати свої борги, про що говорить невідповідність отриманих значень показників нормативному, мають дві мережі, ТОВ «Таврія В» і ТОВ «Квіза-Трейд».

Стабільне зниження ліквідності мають мережі ВАТ «Гранд Маркет» ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан», проте значення їх коефіцієнтів знаходяться в межах нормативу.

Перевищення кредиторської заборгованості над дебіторською, виявлене у більшості досліджуваних торговельних мереж, може свідчити про раціональне використання коштів, оскільки підприємства залучають в обіг більше коштів, ніж відволікають.

Коефіцієнти ліквідності за групою мережних підприємств роздрібною торгівлі *

Показник Підприємство	Коефіцієнт абсолютної ліквідності			Коефіцієнт загальної ліквідності			Коефіцієнт співвідношення кредиторської і дебіторської заборгованості		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
ВАТ «Базис»	0,036	0,033	0,033	1,320	1,407	1,512	1,166	1,124	1,162
ТОВ «Восторг»	0,211	0,173	0,215	1,209	1,440	1,394	2,429	1,480	1,630
ВАТ «Гранд Маркет»	0,094	0,071	0,085	2,136	1,931	1,726	45,53	97,33	10,89
ТОВ СУАП «Європоль»	0,403	0,544	0,401	1,356	2,253	1,960	2,596	2,029	2,968
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	0,101	0,079	0,079	7,832	4,513	3,955	0,253	0,822	0,693
ТОВ «Таврія В»	0,223	0,072	0,059	1,705	0,815	0,784	2,923	3,349	2,553
ТОВ «Фоззі-Фуд»	0,180	0,084	0,096	1,338	1,088	1,281	5,490	1,851	1,472
ТОВ «Квіза-Трейд»	0,089	0,060	0,049	0,995	0,880	0,906	1,795	2,014	1,858
ТОВ «Укр-Трейд»	0,243	0,189	0,210	1,365	1,207	1,511	2,872	2,851	3,336
ТОВ «Край»	0,129	0,111	0,104	1,450	1,372	1,406	0,906	0,966	0,950

Примітка. * – розраховано автором

Проте з бухгалтерської точки зору ця ситуація розцінюється негативно, оскільки погашення заборгованості повинно відбуватися незалежно від стану дебіторської заборгованості. Особливо це стосується ВАТ «Гранд Маркет». Також така ситуація може бути пов'язана з наявністю у підприємств роздрібною торгівлі труднощів при реалізації товарів.

Зворотна ситуація спостерігається в торговельних мережах ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан» і ТОВ «Край». Перевищення дебіторської заборгованості над кредиторською у ТОВ «Край» супроводжується стабільним зростанням сумнівних боргів, що може негативно вплинути на його інвестиційну привабливість.

У цілому стан інвестиційної привабливості досліджуваних підприємств мережної торгівлі за показниками ліквідності є задовільним з погляду ефективного процесу формування, розподілу і використання фінансових ресурсів через достатню здатність вчасно виконувати свої платіжні зобов'язання.

Важливою умовою інвестиційної привабливості господарюючого суб'єкта є наявність фінансових ресурсів для поточного і перспективного розвитку в умовах невизначеності зовнішнього середовища, тобто для фінансування інвестицій. Для цього підприємства роздрібною торгівлі повинні мати гнучку структуру фінансових ресурсів, а за необхідності – можливість залучати позикові кошти та забезпечувати їх своєчасне повернення із відповідними відсотками. Проте така ефективність не означає забезпечення підприємства максимальним обсягом власних коштів у складі фінансових ресурсів. Капітал підприємства роздрібною торгівлі повинен бути збалансований з погляду забезпечення оптимального співвідношення між його власними і позиковими джерелами.

Також потрібно врахувати галузеву специфіку формування капіталу в торгівлі, що виражається у меншій частці власного капіталу в капіталі, за якою підприємства роздрібною торгівлі здатні зберігати достатню фінансову стійкість,

та більшій частці позикового (основу якого складають короткострокові зобов'язання, які залучаються для фінансування оборотних активів).

Наведені в таблиці 2.11 фінансові коефіцієнти дозволяють оцінити інвестиційну привабливість з позиції оптимальності співвідношення різних видів капіталу в його загальній структурі, оцінки рівня фінансового ризику та характеристики структури вкладень капіталу в активи, що асоціюється з підприємствами роздрібною торгівлі.

Вивчаючи результати розрахунків (табл. 2.13) для досліджуваних підприємств мережної торгівлі, можна відзначити, що в цілому мають місце негативні тенденції у зміні досліджуваних показників.

Так, у торговельних мережах ТОВ «Квіза-Трейд» і ТОВ «Укр-Трейд» власні оборотні кошти були відсутні протягом усього періоду дослідження через перевищення поточних зобов'язань над поточними активами. Це означає, що формування необоротних активів здійснювалося за рахунок короткострокових джерел фінансування, що порушує одне з основних правил фінансового менеджменту і є не припустимим. Ситуація погіршується також через від'ємне значення їх власного капіталу, що мало стійку тенденцію до зростання через тривалі збитки. Це визначає дані мережі разом із мережею ТОВ «Восторг» як непривабливі для інвестування коштів.

У цілому відзначимо, що відсутність власних оборотних коштів, якщо воно має не тривалий характер, враховуючи швидкість обороту капіталу в торгівлі не вважається негативним.

Зниження маневреності власного капіталу, що стримує розвиток підприємств роздрібною торгівлі, спостерігається у мережах ВАТ «Базис», ВАТ «Гранд Маркет» і ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан». Так, частка власних коштів, що використовувалася для фінансування оборотних активів зменшилася у ВАТ «Базис» з 11,6% у 2008 р. до 7,4% у 2010 р., у ВАТ «Гранд Маркет» - з 64,9% до 45,2%, а у ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан» - з 30,82 пунктів у 2008 р. до 25,89 у 2010 р. Однак, як видно, дані значення у двох останніх мереж залишаються досить високими для роздрібною торгівлі.

Таблиця 2.13

Коефіцієнти, що характеризують інвестиційну привабливість з позиції фінансової стійкості за групою мережних підприємств роздрібної торгівлі *

Показник Підприємство	Коефіцієнт незалежності			Коефіцієнт фінансування			Коефіцієнт маневреності власного капіталу			Коефіцієнт інвестування		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
ВАТ «Базис»	0,440	0,483	0,507	0,785	0,935	1,029	0,116	0,204	0,074	1,021	1,112	1,024
ТОВ «Восторг»	-0,010	-0,025	-0,046	-0,010	-0,024	-0,044	-10,78	-8,92	-4,58	-0,031	-0,104	-0,218
ВАТ «Гранд Маркет»	0,732	0,680	0,634	2,727	2,122	1,734	0,649	0,545	0,452	2,850	2,197	1,683
ТОВ СУАП «Європоль»	0,207	0,312	0,379	0,262	0,453	0,610	0,590	0,632	0,646	0,614	1,123	1,511
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	0,023	0,029	0,029	0,024	0,029	0,030	32,90	28,58	26,27	6,963	5,607	4,186
ТОВ «Таврія В»	0,493	0,466	0,516	0,971	0,872	1,067	0,066	-0,042	-0,084	0,543	0,502	0,561
ТОВ «Фоззі-Фуд»	0,023	0,009	0,004	0,023	0,010	0,004	1,009	3,019	80,864	0,051	0,034	0,008
ТОВ «Квіза- Трейд»	0,050	-0,035	-0,082	0,053	-0,034	-0,076	-4,125	10,86**	5,087**	0,075	-0,054	-0,114
ТОВ «Укр-Трейд»	-0,046	-0,113	-0,174	-0,044	-0,101	-0,148	1,935**	1,478**	0,498**	-0,064	-0,158	-0,306
ТОВ «Край»	0,080	0,044	0,056	0,087	0,046	0,059	1,155	1,030	1,178	0,718	0,420	0,569

Примітка: * – розраховано автором;

** – власний капітал має від'ємне значення.

Зростання маневреності має місце у ТОВ «СУАП «Європоль», ТОВ «Фоззі-Фуд», ТОВ «Край». У інших торговельних мереж динаміка коефіцієнта маневреності власного капіталу не є стійкою.

Значення коефіцієнтів структури капіталу (незалежності та фінансування) у мережних підприємств ВАТ «Базис», ВАТ «Гранд Маркет», ТОВ СУАП «Європоль» і ТОВ «Таврія В» перевищують прийнятні для роздрібної торгівлі, виходячи з її специфіки [160]. Одночасно за даними підприємствами, крім ВАТ «Гранд Маркет», відзначається схильність до зниження ризику втрати фінансової стійкості, про що свідчить динаміка відповідних коефіцієнтів, і характеризує їх як привабливі для інвестування.

ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан», ТОВ «Фоззі-Фуд» і ТОВ «Край» мають занадто низькі значення коефіцієнтів навіть для роздрібної торгівлі, що підтверджує їхню залежність від кредиторів та наявність підвищеного ступеня фінансового ризику протягом 2008 – 2010 рр.

Структура капіталу підприємств ТОВ «Квіза-Трейд», ТОВ «Укр-Трейд» і ТОВ «Восторг» взагалі є непринятною і порушеною через наявність великої суми непокритих збитків у власному капіталі.

Значення коефіцієнта інвестування у торговельних мереж ВАТ «Базис», ВАТ «Гранд Маркет» і ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан» говорить про переважне фінансування необоротних активів саме за рахунок власного капіталу акціонерів і учасників ($K_{інв} > 1$), однак негативна динаміка цього показника є результатом збільшення у структурі капіталу частки позикових коштів.

Фінансування необоротних активів ТОВ СУАП «Європоль» у 2008 р. здійснювалося за рахунок позикових коштів, проте у 2010 р. ситуація кардинально змінилася, про що свідчить перевищення значення коефіцієнта інвестування над одиницею ($K_{інв}=1,123$).

У великих торговельних мережах (ТОВ «Таврія В», ТОВ «Фоззі-Фуд», ТОВ «Квіза-Трейд», ТОВ «Укр-Трейд», ТОВ «Край») необоротні активи, навпаки, фінансувалися через за допомогою переважно позикового капіталу.

Негативні значення і динаміка коефіцієнта інвестування у ТОВ «Восторг» говорять, що одночасно із зростанням непокритих збитків, розмір яких все більше перевищує суму інших складових власного капіталу, відбувається зменшення середньорічної вартості необоротних активів. Відзначимо, що протягом періоду дослідження дана торговельна мережа взагалі не інвестувала кошти у необоротні активи, тобто не розвивалася.

Інвестиційна привабливість підприємств роздрібної торгівлі формується, насамперед, під впливом ефективності його діяльності, що втілюється у показниках рентабельності.

Без поповнення фінансових ресурсів у необхідних розмірах саме за рахунок прибутку, ця спроможність у короткостроковій і довгостроковій перспективі не зможе підтримуватися і буде втрачена. Саме прибуток є основним джерелом власних коштів, яке використовується для інвестування в розвиток господарської діяльності підприємства роздрібної торгівлі. Тому, для підвищення інвестиційної привабливості підприємств галузі, забезпечення зростання прибутковості є важливим завданням. З іншого боку, у більшості випадків висока прибутковість супроводжується підвищенням рівня ризику, тобто існуванням в підприємства високої імовірності недоотримання доходів (прибутку), появи збитків та, навіть, неплатоспроможності.

Найбільшу прибутковість реалізації у 2008 р. мало ВАТ «Базис» - у розрахунку на 1 грн. реалізованої продукції припадало 0,028 грн. чистого прибутку, але протягом наступних двох років це значення зменшилося і досягло у 2010 р. 0,021 грн. (табл. 2.14). Зниження рентабельності реалізації відбулося також у ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан» (з 0,005 грн. у 2008 р. до 0,001 грн. у 2010 р.), ТОВ «Фоззі-Фуд» (з 0,0005 грн. до 0,0001 грн.), ВАТ «Гранд Маркет» (з 0,013 грн. до 0,01 грн.).

Найвище значення рентабельності реалізації у 2010 р. мала мережа ТОВ СУАП «Європоль» (з 1 грн. реалізованої продукції отримала 0,05 грн. чистого прибутку, що більше значення 2008 р. на 0,03 грн.). Зростання рентабельності реалізації відбулося у ТОВ «Таврія В» (з -0,201 грн. збитків у 2008 р. до

Таблиця 2.14

Коефіцієнти рентабельності і ділової активності за групою мережних підприємств роздрібної торгівлі *

Показник Підприємство	Коефіцієнт рентабельності реалізації			Коефіцієнт рентабельності активів			Коефіцієнт рентабельності власного капіталу		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
ВАТ «Базис»	0,028	0,026	0,021	0,135	0,110	0,094	0,307	0,228	0,185
ТОВ «Восторг»	0,0001	-0,007	-0,005	-0,0004	-0,033	-0,025	0,041**	1,312**	0,534**
ВАТ «Гранд Маркет»	0,013	0,009	0,010	0,021	0,016	0,012	0,028	0,023	0,020
ТОВ СУАП «Європоль»	0,020	0,037	0,050	0,108	0,181	0,233	0,521	0,581	0,616
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	0,005	0,004	0,001	0,003	0,004	0,001	0,138	0,148	0,027
ТОВ «Таврія В»	-0,201	-0,041	0,010	-0,121	-0,023	0,006	-0,246	-0,050	0,011
ТОВ «Фоззі-Фуд»	0,0005	0,001	0,0001	0,003	0,001	0,0003	0,148	0,113	0,076
ТОВ «Квіза-Трейд»	-0,114	0,012	-0,031	-0,187	0,017	-0,031	-3,732	-0,486	0,379**
ТОВ «Укр-Трейд»	-0,060	-0,009	-0,008	-0,108	-0,019	-0,032	2,339**	0,168**	0,185**
ТОВ «Край»	-0,031	0,0003	0,017	-0,058	0,001	0,037	-0,726	0,012	0,657

Примітка: * – розраховано автором;

** – від'ємне значення середньорічної вартості власного капіталу та чистих збитків

Продовження таблиці 2.14

Показник Підприємство	Коефіцієнт оборотності активів			Коефіцієнт оборотності товарних запасів		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
ВАТ «Базис»	4,8	4,3	4,6	27,2	22,8	22,9
ТОВ «Восторг»	5,0	4,6	4,7	20,5	19,2	18,4
ВАТ «Гранд Маркет»	1,6	1,8	1,3	11,8	13,3	8,1
ТОВ СУАП «Європоль»	5,5	4,9	4,7	22,2	13,8	10,7
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	0,7	1,0	1,1	16,0	13,7	13,2
ТОВ «Таврія В»	0,6	0,6	0,6	19,3	29,7	28,1
ТОВ «Фоззі-Фуд»	6,9	1,4	2,7	21,2	5,1	14,8
ТОВ «Квіза-Трейд»	1,6	1,5	1,0	16,7	27,5	-
ТОВ «Укр-Трейд»	1,8	2,1	4,2	18,0	19,9	25,6
ТОВ «Край»	1,9	2,0	2,2	17,1	15,8	15,2

0,01 грн. чистого прибутку на гривню реалізованої продукції у 2010 р.) і ТОВ «Край» (з - 0,031 грн. до 0,017 грн.).

Зниження ефективності використання власного капіталу спостерігалось у мережах: ВАТ «Базис», ВАТ «Гранд Маркет», ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан», ТОВ «Фоззі-Фуд», ТОВ «Укр-Трейд» . Причому у двох перших воно мало стійкий характер.

Підвищення ефективності використання власного капіталу відбулося у ТОВ СУАП «Європоль», яке у 2010 р. отримало з 1 грн. його середньорічної вартості 0,616 грн. чистого прибутку. Покращити свої інвестиційні можливості вдалося ТОВ «Таврія В» (1 грн. власного капіталу у 2010 р. принесла чистий прибуток у отримало чистий прибуток в розмірі 0,011 грн.) і ТОВ «Край» (у 2010 р. отримано з 1 грн. власного капіталу 0,657 грн. чистого прибутку)

Порівняння значення коефіцієнта рентабельності активів у 2010 р. із значенням 2008 р. говорить про його зниження у ВАТ «Базис», ВАТ «Гранд Маркет», ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан», ТОВ «Фоззі-Фуд», але з різною динамікою всередині періоду. Це в цілому негативно характеризує інвестиційну спроможність даних торговельних мереж.

Ефективно використовувало власне майно протягом 2008 – 2010 рр. лише ТОВ СУАП «Європоль», про що говорить зростання значення коефіцієнта рентабельності з 0,108 до 0,233.

За результатами аналізу рентабельності можна відзначити, що діяльність мережних підприємств роздрібної торгівлі України на сучасному етапі характеризується невеликими можливостями щодо підвищення своєї інвестиційної привабливості, що відображається в низьких значеннях показників прибутковості та їх переважно негативній динаміці.

Аналіз ділової активності займає важливе місце під час оцінювання інвестиційної привабливості в роздрібній торгівлі, оскільки характеризує можливість отримання прибутку, який генерують активи підприємств унаслідок прискорення швидкості їх обороту.

Прискорення оборотності активів у ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан» (з 0,7 до 1,1 оборотів), ТОВ «Укр-Трейд» (з 1,8 до 4,2 оборотів) і ТОВ «Край» (з 1,9 до 2,2 оборотів), зростання обсягів їх реалізації позитивно впливає на підвищення рівня інвестиційної привабливості (табл. 2.14). Не зважаючи на низькі і навіть негативні значення показників рентабельності динаміка показників оборотності визначає можливість підвищення прибутку у майбутньому, який генерують активи даних мережних підприємств.

Найбільшу кількість оборотів у 2008 р. здійснювали сукупні активи ТОВ «Фоззі-Фуд» (6,9 об. на рік), у 2010 р. значення показника оборотності суттєво зменшилося, але мало позитивну динаміку у порівнянні з 2009 р.

Уповільнення оборотності активів і товарних запасів у ВАТ «Базис», ТОВ «Восторг», ВАТ «Гранд Маркет», ТОВ «Квіза-Трейд» супроводжувалося зниженням рентабельності їх діяльності. Зниження оборотності у ТОВ СУАП «Європоль» при зростанні рентабельності діяльності сигналізує про наявність певних проблем, що можуть у майбутньому негативно вплинути на отримання прибутків, які слугують орієнтиром для потенційних зовнішніх інвесторів.

Таким чином використана методика визначає інвестиційну привабливість підприємства роздрібною торгівлю як рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог чи інтересів інвестора щодо конкретного підприємства, що може визначатися чи оцінюватися значеннями та динамікою відповідних показників, у тому числі інтегральної оцінки [147].

Інтегральна оцінка дозволяє поєднати в одному узагальнюючому показнику багато різних за назвою, одиницями виміру, вагомістю, аспектами, які підлягають характеристиці, та іншими ознаками факторів. Це спрощує процедуру оцінки інвестиційної привабливості підприємства роздрібною торгівлю.

Усі наведені коефіцієнти є достатніми для визначення загального інтегрального показника інвестиційної привабливості підприємства роздрібною торгівлю.

В основі методу інтегральної оцінки інвестиційної привабливості лежать наступні два припущення [147; 191]:

1. Окремо взяте підприємство роздрібної торгівлі, незалежно від його підпорядкованості чи інвестиційної непривабливості цілого регіону, може бути інвестиційно привабливо, оскільки в більшості випадків стратегічний інвестор не звертає великої уваги на рівень розвитку регіону, місце розташування об'єкта інвестування, минулі взаємини з контрагентами тощо.

2. З урахуванням правил рангової кореляції, фактичне значення показника із наведеного переліку є елементом множини однойменних показників, яка характеризує стан і особливості прояву конкретного чинника за визначених умов. Розмір множини визначається межами двох граничних значень, у яких існує показник. Граничні значення показника підлягають постійному коригуванню. Метод передбачає додавання різних за одиницями виміру показників.

Визначенню інтегрального значення показника інвестиційної привабливості підприємства роздрібної торгівлі передують розрахунок наступних чотирьох показників:

1) вагомість j -го показника в i -ій групі з урахуванням групової вагомості визначається за формулою:

$$B_{ij}' = \frac{B_{ij}' * \Gamma_i}{100}, \quad (2.4)$$

де B_{ij}' – значення вагомості j -го показника в i -ій групі;

Γ_i – значення групової вагомості;

2) частка варіаційного розмаху для j -го показника в i -ій групі на прийнятну кількість одиниць у множині. За допомогою показника частки варіаційного розмаху здійснюється перехід від різних за ознакою та одиницями виміру показників до зіставлених. Показник визначається як відношення визначеної у

кількісному вимірі області існування певного показника до емпірично встановленої їх кількості за допомогою формули:

$$\Delta_{ij} = \frac{P_{ij \max}^{(t)} - P_{ij \min}^{(t)}}{n_{ij}} \quad (2.5)$$

де $P_{ij \max(\min)}^{(t)}$ – значення екстремальних показників, які задаються в залежності від напрямку оптимізації; при $t=1$ приймається мінімальне значення ($P_{ij \min}^{(1)}$), при $t=2$ – максимальне ($P_{ij \max}^{(2)}$). При $t=1$ значення (R_{ij}^t) максимізується, при $t=2$ – мінімізується;

n_{ij} – прийнята кількість одиниць у множині;

3) ранжоване значення j -го показника з i -ої групи – це перетворений внаслідок реалізації визначених розрахункових дій конкретний чинник, який завдяки цій реалізації може зіставлятися з іншим i в якому передбачена визначена вагомість. Показник ранжованого значення показника розраховується за формулою:

$$R_{ij}^t = \frac{|\Phi_{ij} - P_{ij \min(\max)}^{(t)}|}{\Delta_{ij}} \quad (2.6)$$

де Φ_{ij} – фактичне значення показника відповідно прийнятим множинним показникам в i -ій групі;

4) інтегральне значення показника інвестиційної привабливості підприємства роздрібною торгівлі втілює в собі значення усіх обраних показників, задіяних у методі під час визначення визначенні цієї привабливості. Розрахунок інтегрального показника ведеться за формулою:

$$I = \frac{\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{n_i} R_{ij}^{(t)} B_{ij}}{\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{n_i} B_{ij}} \quad (2.7)$$

де m – кількість груп;

n – кількість показників.

Під час визначення інтегрального показника необхідно дотримуватися таких вимог:

- ретельно добирати найбільш важливі показники фінансово-господарської діяльності підприємства роздрібної торгівлі;
- аналізувати показники, що відібрані для визначення інтегрального показника з погляду їх дублювання;
- здійснювати розрахунок показників за даними поточного обліку та фінансової звітності підприємства роздрібної торгівлі;
- зіставляти дані за однаковий звітний період.

Вагомість окремих показників та різних груп у загальній системі показників оцінки інвестиційної привабливості підприємств роздрібної торгівлі визначена за допомогою методу експертних оцінок у вигляді опитування, для чого були залучені провідні спеціалісти та керівники підприємств галузі. Результати експертного оцінювання значущості наведені в додатку Е.

Таким чином, логічно, що найвищий рівень значущості експерти надали групі показників рентабельності і ділової активності (0,40), тому що саме ці показники показують привабливість конкретного підприємства роздрібної торгівлі для вкладання інвестицій з позиції віддачі від них та отримання прибутку. Групам показників, що характеризують інвестиційну привабливість з позицій ліквідності і фінансової стійкості запропоновано прийняти значущість на однаковому рівні ($G_i = 0,30$), оскільки з точки зору експертів, із якою погоджуємося, обрані показники є однаково важливими для прийняття рішення про інвестування у підприємство роздрібної торгівлі.

У групі прибутковості і ділової активності значущість розподілена за показниками наступним чином: коефіцієнт рентабельності власного капіталу і коефіцієнт рентабельності активів – по 0,25; коефіцієнти оборотності активів і товарних запасів – по 0,2; коефіцієнт рентабельності реалізації – 0,1.

У групі ліквідності коефіцієнтам надано наступні значення значущості: коефіцієнт абсолютної ліквідності – 0,30; коефіцієнт загальної ліквідності – 0,40; коефіцієнт співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованості – 0,30. Високе значення значущості коефіцієнта загальної ліквідності пояснюється тим, що для покриття поточних зобов'язань оборотними активами потребується більше часу, ніж для покриття їх грошовими коштами і дебіторською заборгованістю. Таким чином можна говорити про відповідність даного показника умовам інвестування коштів у оборотні активи.

У групі показників фінансової стійкості більшість експертів схилилася до думки про рівнозначущість усіх обраних показників під час оцінювання інвестиційної привабливості підприємств роздрібною торгівлі, тому для кожного з них прийнято значення $B'_{ij} = 0,25$.

Обмеження для показників, з яких складається інтегральна оцінка, пов'язані з головним посиланням методу, який передбачає розгляд кожного показника як елемента множини відповідних показників [147]. Саме з цією метою встановлюються конкретні значення екстремальних обмежень по кожному з показників відповідно до теперішніх умов господарювання підприємств роздрібною торгівлі та їх галузевих особливостей. Завантажена цими обмеженнями область існування показників може змінюватися залежно від конкретного стану на ринку нерухомості, праці, споживчому ринку тощо.

Масив статистичної інформації за групою підприємств мережної торгівлі, наведений у додатку Д, рекомендовані значення частини обраних коефіцієнтів в економічній і фінансовій літературі, врахування галузевої специфіки підприємств, що оцінюються, та узгодження отриманих значень з групою експертів (додаток Ж), дозволили обґрунтувати значення екстремальних

показників (мінімальні і максимальні значення), які задаються в залежності від напрямку оптимізації.

Результати розрахунку показника вагомості j -го показника в i -й групі з урахуванням групової вагомості (B_{ij}), проведеного за допомогою формули (2.4), і розраховані за допомогою формули (2.5) частки варіаційного розмаху для j -го показника в i -й групі на прийнятну кількість одиниць у множині наведено в таблиці 2.15.

Таблиця 2.15

Основні параметри для визначення загального показника інвестиційної привабливості підприємства роздрібною торгівлі

Групові показники і їх вагомість, Γ_i	Показники у групах і їх вагомість, B'_{ij}	Вагомість показника з урахуванням групової вагомості, B_{ij}	Мінімальне значення показника, $P_{ij \min}^{(1)}$	Максимальне значення показника, $P_{ij \max}^{(2)}$	Частка варіаційного розмаху (Δ_{ij})
$\Gamma_I = 30,0$	Ка.л = 30,0	0,09	0,1	0,3	0,017
	Кз.л = 40,0	0,12	1,0	2,5	0,125
	Кк/д = 30,0	0,09	1,0	3,0	0,167
$\Gamma_{II} = 30,0$	Кн = 25,0	0,075	0,20	0,80	0,050
	Кф = 25,0	0,075	0,25	4,0	0,313
	Км = 25,0	0,075	0,05	0,75	0,058
	Кінв = 25,0	0,075	0,4	2,0	0,133
$\Gamma_{III} = 40,0$	Кр.р = 10,0	0,04	0,05	0,15	0,008
	Кр.а = 25,0	0,10	0,05	0,15	0,008
	Кр.в.к = 25,0	0,10	0,10	0,30	0,017
	Ко.а = 20,0	0,08	1,5	5	0,292
	Ко.т.з = 20,0	0,08	10	20	0,833

Примітка. * – складено автором

Вихідні дані і результати розрахунку ранжованого значення j -го показника з i -ої групи (R_{ij}^t) за даними мережних підприємств роздрібної торгівлі наведені в додатку 3.

Інтегральне значення показника інвестиційної привабливості мережних підприємств досліджуваної сукупності у 2008 – 2010 рр. наведені в наступній таблиці 2.16.

Таблиця 2.16

Інтегральний показник інвестиційної привабливості мережних підприємств роздрібної торгівлі

Підприємство	2008	2009	2010
ВАТ «Базис»	4,1	3,1	2,7
ТОВ «Восторг»	18,9	10,2	9,0
ВАТ «Гранд Маркет»	23,8	50,8	0,9
ТОВ СУАП «Європоль»	8,5	10,7	11,6
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	46,2	35,7	30,5
ТОВ «Таврія В»	5,6	6,4	6,1
ТОВ «Фоззі-Фуд»	1,5	4,0	96,6
ТОВ «Квіза-Трейд»	40,2	2,1	5,0
ТОВ «Укр-Трейд»	8,8	3,5	4,2
ТОВ «Край»	9,7	5,1	0,7

Відповідно до логіки розрахунку, чим менше значення інтегрального показника підприємства роздрібної торгівлі, тим вище його інвестиційна привабливість.

За результатами проведеного оцінювання, інвестиційно привабливими із тенденцією до зростання значень інтегрального показника протягом 2008 – 2010 рр. були торговельні мережі ВАТ «Базис», ТОВ «Край» і ТОВ «Восторг». Достатньо привабливими, незважаючи на тенденцію до зросту значення показника, залишаються мережі ТОВ СУАП «Європоль», ТОВ «Таврія В» і

ТОВ «Укр-Трейд» .

Інвестиційна привабливість ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан» протягом періоду дослідження незначно коливалася та оцінюється як середня.

Негативно з позиції інвестування коштів оцінюється торговельна мережа ТОВ «Фоззі-Фуд», інвестиційна привабливість якої суттєво зменшилася у 2010 р. у порівнянні з 2008 р. (зростання значення інтегрального показника з 1,5 до 96,6 пунктів). Інвестиційна привабливість ТОВ «Квіза-Трейд» і ВАТ «Град Маркет», навпаки, підвищилася, про що свідчить відповідна динаміка показника.

Проведене оцінювання за наведеною методикою дозволяє:

– по-перше, надати узагальнюючу кількісну оцінку інвестиційній привабливості підприємства роздрібною торгівлі як зовнішньої складової його інвестиційного потенціалу з урахуванням галузевої специфіки за основними напрямками дослідження фінансового стану та простежити її динаміку;

– по-друге, провести порівняльну характеристику інвестиційної привабливості низки підприємств роздрібною торгівлі та обрати те, що являє більшу цінність з позиції інвестування коштів.

Таким чином, дана методика може бути використана для зовнішньої оцінки інвестиційного потенціалу. Зауважимо, що адекватність такої оцінки підвищить обґрунтування показників-коефіцієнтів та їх нормальних значень саме з позиції галузевої специфіки підприємства, інвестиційний потенціал якого оцінюється.

Оцінка внутрішньої складової інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі потребує створення відповідного методичного забезпечення з урахуванням викладених у першому розділі теоретичних положень.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

3.1. Розробка методичного підходу до оцінки інвестиційного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі

Виходячи з твердження, що внутрішній інвестиційний потенціал характеризує ефективне освоєння отриманих підприємством роздрібною торгівлі інвестиційних і фінансових ресурсів, наявних компетенцій і можливостей щодо інвестиційної діяльності, було запропоновано використовувати під час його оцінювання критерії достатності і перспективності, які характеризують здатність підприємства до простого та розширеного відтворення.

При проведенні оцінювання внутрішнього інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі необхідно дотримуватися таких вимог:

- обґрунтувати вибір найбільш важливого показника, який надав би оцінку відтворювальним можливостям підприємства;
- забезпечити можливість здійснювати розрахунок показника (показників) за даними поточного обліку і фінансової звітності підприємств;
- використати зіставлення даних за однаковий звітний період.

Дані для оцінювання повинні бути доступними, достовірними і порівняними, для чого потрібно використовувати показники стандартної фінансової звітності підприємства, що характеризує склад активів та капіталу підприємства роздрібною торгівлі, фінансові результати господарської діяльності та трудові ресурси. Основним джерелом для оцінювання внутрішнього інвестиційного потенціалу підприємства є баланс, що характеризує стан майна і капіталу підприємства, звіт про фінансові результати та звіт про працю.

Як доведено в підрозділі 1.2, головною метою оцінки інвестиційного потенціалу для внутрішніх користувачів підприємства роздрібною торгівлі є визначення рівня забезпеченості його простого та/або розширеного відтворення; а для зовнішніх споживачів – визначення рівня доходу (норми прибутковості) на вкладений капітал [150].

Дане твердження потребує уточнення. Так, інвесторів підприємства роздрібною торгівлі цікавить насамперед максимальний рівень показника доходу на капітал, що було вкладено. Власників підприємства роздрібною торгівлі даний показник також цікавить, проте з позиції виявлення можливостей та доцільності здійснення простого та/або розширеного відтворення. Із цією метою доцільно проводити порівняння значення даного показника із значеннями середнього рівня доходу на вкладений капітал у сфері роздрібною торгівлі або за іншими спорідненими видами бізнесу. За споріднені для роздрібною торгівлі потрібно обрати такі види діяльності, які належать до сфери послуг, серед яких виділимо наступні найбільш значущі: оптова торгівля, ресторанне господарство, туристична діяльність.

Існують два основні шляхи до вирішення поставленого завдання:

1) у разі, якщо рівень доходу на капітал підприємства залишається на середньогалузевому рівні або перевищує його, тоді доцільним є розширене відтворення, оскільки даний вид бізнесу характеризується високою привабливістю;

2) ситуація, коли рівень доходу на капітал досліджуваного підприємства є меншим за середньогалузевий та/або за середній рівень за спорідненими галузями, свідчить про низьку інвестиційну привабливість даного підприємства у порівнянні із іншими суб'єктами галузі, або навіть даного бізнесу у порівнянні зі спорідненими видами. У даному випадку мова йде лише про можливість забезпечення для підприємства простого відтворення, оскільки коштів на розширене відтворення елементарно не вистачає.

Процес оцінювання внутрішнього інвестиційного потенціалу

підприємства роздрібної торгівлі пропонується проводити за низкою послідовних етапів, наведених у вигляді алгоритму на рис. 3.1 [193].

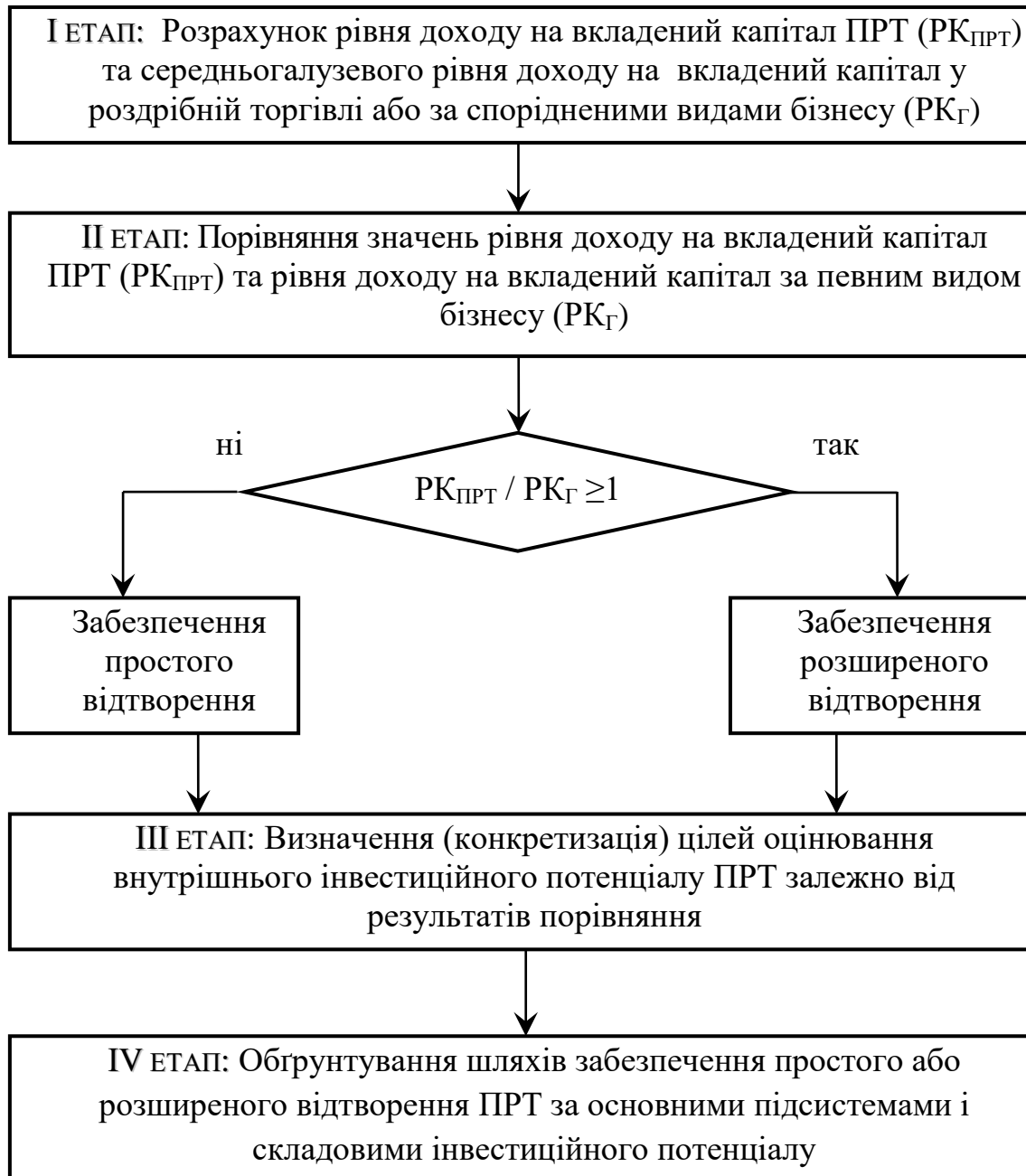


Рис. 3.1. Методичний підхід до оцінки інвестиційного розвитку підприємства роздрібної торгівлі (розроблено автором)

I етап. Розрахунок рівня доходу на вкладений капітал підприємства роздрібної торгівлі та середньогалузевого рівня доходу на вкладений капітал у

роздрібній торгівлі або за спорідненими видами бізнесу проводиться з метою виявлення основних тенденцій його динаміки, складу та динаміки його основних джерел, і впливу на ефективність їх залучення та використання. Для отримання більш достовірних і повних результатів рекомендується усі відповідні розрахунки (на рівні окремого підприємства та сфери бізнесу) здійснювати на основі використання даних не менше, як за три попередні періоди.

Під час розрахунку рівня доходу на вкладений капітал важливо визначитися з алгоритмом визначення даного показника.

Вважаємо, що найбільш адекватним для цілей дослідження є розрахунок рівня доходу за показником рентабельності, що дозволяє оцінити спроможність підприємства приносити дохід на вкладений в нього капітал.

У методичній літературі вказується на існування групи показників рентабельності, які формуються як відношення прибутку до різних показників авансованих коштів, із яких найбільш важливими є: сукупні активи (капітал) підприємства; акціонерний (власний) капітал; інвестиційний капітал [194].

Показник рентабельності активів характеризує прибутковість діяльності підприємства роздрібної торгівлі, яка забезпечується двома групами джерел формування його активів: власними та залученими коштами (капіталом). Прибуток підприємства забезпечується залученням саме всього комплексу джерел формування його активів, тобто капіталом його власників і кредиторів.

Показник рентабельності власного капіталу характеризує ефективність (прибутковість) діяльності власників підприємства з інвестування коштів в нього і управління цими інвестиціями. Така інтерпретація даного показника є наслідком реалізації принципу майнової відособленості організації в її економічній інтерпретації, що уможливорює окреме оцінювання економічної ефективності діяльності власників підприємства і самого підприємства, яким вони володіють [195]. Інвестиції власників втілюються у сформованому статутному капіталі (фонді) і реінвестованому прибутку. Прибуток власників є

саме чистим прибутком підприємства, який вони можуть отримати у вигляді дивідендів.

Виділення як самостійного показника коефіцієнта рентабельності інвестиційного капіталу вважається досить спірним. Інвестиційний капітал розглядається в економічній літературі як сукупність саме довгострокових джерел формування активів (власних коштів і довгострокових зобов'язань) [194]. Однак галузевою особливістю підприємств роздрібною торгівлі є фінансування їх діяльності як за рахунок довгострокових, так і за рахунок короткострокових залучених коштів (кредиторської заборгованості). Будь-яка стаття кредиторської заборгованості з економічної точки зору являє собою кредит, отриманий підприємством роздрібною торгівлі у товарній або нетоварній формах [160].

Таким чином, логічним вважаємо у розрахунках показника рівня доходу на капітал використовувати саме показник сукупного капіталу, вкладеного в формування активів підприємства роздрібною торгівлі.

Щодо визначення виду прибутку, який слід прийняти в розрахунок, поширеною є думка, що рентабельність активів (капіталу) слід визначати як відношення до активів (капіталу) саме прибутку до оподаткування, оскільки активи (капітал) беруть участь в отриманні всього прибутку підприємства [196]. Інші дослідники пропонують у розрахунках рентабельності відносити до суми активів виключно чистий прибуток [194, с. 280; 197, с. 174]. Вважаємо, що під час розрахунку показника доходу на капітал слід використати саме прибуток до оподаткування.

Під час інтерпретації результатів розрахунку, потрібно врахувати, що зіставляючи величину отриманого прибутку з капіталом не слід мати на увазі окупність капіталу. Як справедливо відзначають низка дослідників, прибуток і активи, виходячи з методології їх обчислення, є величинами, які не можна зіставляти [196; 198]. Активи підприємства роздрібною торгівлі призначені для отримання доходів, тому масштаби господарської діяльності буде відображати

саме відповідь на питання - «скільки прибутку припадає на 1 гривню активів».

З урахуванням викладеного вище, під час розрахунку рентабельності капіталу необхідно виходити з таких положень:

1) відсутній універсальний показник рентабельності активів (капіталу) і кожен показник має своє функціональне призначення;

2) при розрахунку рентабельності необхідно максимально використовувати наявну фінансову звітність, а не вдаватися до додаткових і спеціальних розрахунків;

3) показники рентабельності повинні забезпечувати порівнянність рентабельності конкретного підприємства роздрібною торгівлі і середньогалузевої рентабельності.

Показник рівня доходу на вкладений капітал за спорідненим видом бізнесу визначається за даними статистичної інформації, що надається Державним Комітетом Статистики України щодо даного виду бізнесу. Показник рівня доходу на вкладений капітал підприємства роздрібною торгівлі розраховується на основі даних його фінансової (бухгалтерської) і статистичної звітності.

Серйозним дестабілізуючим фактором для вітчизняної економіки, який по-різному впливає на інвестиційні можливості підприємства і на його поточний фінансовий стан, є інфляція.

Розрахунки можуть проводитися у фактичних показниках або з урахуванням впливу інфляції. Прогнозні розрахунки діяльності підприємства роздрібною торгівлі повинні базуватися на реальних (очищених від впливу інфляції) значеннях використовуваних показників. Також плануючи діяльність на перспективу, необхідно оцінювати розрахункові значення фінансових результатів у майбутні періоди, враховувати можливі втрати внаслідок інфляції.

Негативний вплив інфляції у поточній діяльності підприємства призводить до збитків за грошовими активами, змін вартості інших активів і пасивів.

Для підприємств роздрібно́ї торгівлі характерно існування проміжку часу між продажем товарів та їх оплатою покупцями. За період такого розриву купівельна спроможність (цінність) доходів зменшується приблизно на величину відсотків, які підприємство могло б одержати, якби кошти, що надійшли в момент покупки, були покладені на депозит у банку.

Під час інфляції зростає вартість товарів, сировини, матеріалів, величина фінансових потреб підприємства. При відтермінуванні платежів інфляція фактично зменшує реальну вартість придбання товарних запасів. З метою захисту підприємство намагається збільшити середній період кредиторської заборгованості над середнім періодом дебіторської заборгованості. Таким чином, з одного боку, підприємства роздрібно́ї торгівлі виграють від інфляції, оскільки виплати за заборгованістю перед кредиторами здійснюються «знеціненими» грошима. З іншого боку, через невідповідності статей у балансі підприємств виникають порушення ліквідності і кредитоспроможності.

У цілому вплив інфляції в розрахунках під час оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства роздрібно́ї торгівлі зводиться до [199; 200]:

- зниження реальної вартості основних засобів, матеріалів, витрат через амортизацію;
- необґрунтованого завищення величини прибутку, у тому числі податку на прибуток, що порушує процес відтворення;
- необ'єктивної оцінки ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості та кредитоспроможності;
- неможливості накопичення грошових коштів у обсягах, необхідних для здійснення інвестицій;
- пріоритетності короткострокових інтересів, планів підприємства перед довгостроковими інтересами, що особливо стосується формування його інвестиційного потенціалу.

Основним показником інфляції, який вимірює зміну цін товарів і послуг,

що входять до споживчого кошику, є індекс споживчих цін [201].

II етап. Порівняння значень рівня доходу на вкладений капітал підприємства роздрібною торгівлю та рівня доходу за обраним видом бізнесу.

За результатами порівняння, виходячи зі стратегічних цілей розвитку підприємства, визначається, чи перевищує фактичний рівень доходу на капітал досліджуваного підприємства роздрібною торгівлю середньогалузевий рівень за певний період, і визначається відповідна динаміка.

З урахуванням визначеної динаміки показників, власники підприємства повинні застосувати один із трьох варіантів стратегії, яка буде найбільш ефективною і придатною для його бізнесу за певних умов.

Якщо рівень доходу на капітал досліджуваного підприємства значно нижче за середній рівень на фоні стабільної динаміки до зниження або навіть одержання ним збитків протягом тривалого періоду, то власникам доцільно розробити стратегію виживання, яка використовується за кризового стану діяльності підприємства [24]. Якщо рівень доходу на капітал підприємства коливається відносно середнього рівня на фоні коливання прибутків, то необхідно застосувати стратегію стабілізації бізнесу. У випадку, коли рівень доходу на капітал перевищує середній рівень за стабільного зросту прибутків, то власники повинні застосувати стратегію зростання (стратегію зростання обсягів продажу, прибутку, капіталу, закріплення конкурентної позиції на ринку тощо).

Під час проведення даного аналізу пропонується використовувати коефіцієнт порівняння рентабельності, алгоритм розрахунку якого наведений нижче:

$$K_{\text{спів.рент}} = \frac{PK_{\text{ПРТ}}}{PK_{\text{Г}}}, \quad (3.1)$$

де $PK_{\text{ПРТ}}$ – рівень доходу на вкладений капітал підприємства роздрібною торгівлю;

RK_T – рівень доходу на вкладений капітал середньогалузевий або за спорідненими видами бізнесу.

Схематично вибір конкретної стратегії розвитку бізнесу для підприємства роздрібною торгівлі залежно від результатів розрахунку коефіцієнта порівняння рентабельності та оцінювання динаміки його прибутку за ряд попередніх років наведено на рис. 3.2.



Рис. 3.2. Обґрунтування вибору стратегії розвитку підприємства роздрібною торгівлі (розроблено автором):

$Tr_{\text{П}}$ – темп зміни прибутку, у частках одиниці;

Π_i – величина прибутку за період.

III етап. Визначення цілей оцінювання внутрішнього інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі залежно від результатів порівняння. Залежно від результатів аналізу визначаються цілі оцінювання внутрішнього інвестиційного потенціалу: забезпечення простого або розширеного відтворення.

Якщо рівень доходу на капітал досліджуваного підприємства роздрібною торгівлі є меншим за середньогалузевий рівень даного показника ($K_{\text{спів.рент.}} < 1$), то даний вид бізнесу є не вигідний (неефективний) для власників підприємства. З урахуванням цього власникам необхідно зосередитися на забезпеченні простого відтворення.

Якщо рівень доходу на капітал досліджуваного підприємства роздрібною торгівлі дорівнює або перевищує середньогалузеве значення даного показника ($K_{\text{спів.рент.}} \geq 1$), то існують можливості до розширеного відтворення господарської діяльності підприємства.

IV етап: Обґрунтування шляхів забезпечення простого або розширеного відтворення підприємства роздрібною торгівлі за основними підсистемами і складовими інвестиційного потенціалу. В основі процесу адекватного оцінювання інвестиційного потенціалу лежить не тільки вибір мети, але й уміння обґрунтовувати шляхи забезпечення простого або розширеного відтворення в практичній діяльності досліджуваного підприємства.

Розглянемо даний етап більш докладно.

Поняття «відтворення» використовується в економічній думці стосовно активів підприємства переважно у формі основних засобів [159], необхідність відтворення яких виникає перед підприємством через їх схильність до зносу. Однак у контексті дослідження інвестиційного потенціалу саме підприємств роздрібною торгівлі вважаємо за необхідне враховувати не лише необоротні, але й оборотні активи, які в сукупності є основою для забезпечення реалізації товарів та послуг, а отже певного розміру товарообороту.

У спеціалізованій літературі виділяються різні види і типи відтворення

відповідно до наступних критеріїв:

- характеру використання отриманого доходу;
- якісної характеристики застосування факторів виробництва [202; 203].

Відповідно до першого критерію розрізняють просте, звужене та розширене відтворення. Згідно з другим критерієм в економічній теорії розрізняють: екстенсивне і інтенсивне відтворення [204].

Досліджуючи механізм відтворення не можна залишити поза увагою факт кругообігу капіталу підприємства роздрібною торгівлі. Під кругообігом капіталу слід розуміти один цикл його руху, який охоплює процес обігу товарів і завершується поверненням капіталу в його вихідну грошову форму [160]. Здійснюючи кругообіг, капітал підприємства послідовно проходить три стадії та змінює три функціональні форми.

Вихідною умовою для початку здійснення підприємством роздрібною торгівлі господарської діяльності є наявність певного обсягу грошових ресурсів, які повинні бути спрямовані на придбання відповідних активів. Таким чином, перша стадія кругообігу здійснюється безпосередньо у сфері обігу, де грошовий капітал перетворюється на виробничий: на авансовані кошти купуються засоби виробництва (необоротні та оборотні активи, які стають власністю підприємства) та робоча сила, що є основою для здійснення підприємством торговельної діяльності та досягнення запланованого обсягу реалізації.

Друга стадія кругообігу здійснюється у сфері виробництва. При цьому виробнича форма капіталу перетворюється на товарну форму: виробничі фактори поєднуються у господарському процесі торговельного підприємства. Вартість товарних запасів збільшується на суму витрат виробництва і обігу та прибутку підприємства роздрібною торгівлі.

Третя стадія кругообігу капіталу також належить до сфери обігу – відбувається реалізація товарів кінцевому покупцю. Товарний капітал зі збільшеною вартістю перетворюється на грошовий капітал, який містить

прибуток.

Обов'язковими умовами забезпечення безперервності руху капіталу є: по-перше, безупинний перехід капіталу із однієї його форми в інші; по-друге, у кожний момент капітал повинен одночасно знаходитися у грошовій, виробничій і товарній формах та на всіх стадіях кругообігу, що означає забезпечення безперервності господарського процесу.

Звичайно у процесах кругообігу основного і оборотного капіталу існують певні відмінності, що пояснюється особливостями функціонування необоротних і оборотних активів [160].

Також важливо пам'ятати про переважаючу роль у формуванні власних фінансових ресурсів підприємств торгівлі саме оборотного капіталу. Усе це необхідно взяти до уваги під час оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі.

Так, у випадку авансової сплати за матеріальні активи у підприємства роздрібною торгівлі виникає дебіторська заборгованість постачальників. Під час реалізації товари, за умови повної сплати їх вартості покупцями, знову приймають грошову форму, завершуючи цикл руху оборотних активів. Якщо реалізація товарів здійснюється на умовах відстрочки платежу, товари трансформуються у дебіторську заборгованість покупців. Завершення циклу кругообігу оборотних активів також відбувається погашенням цієї заборгованості в грошовій формі. Швидка зміна оборотними активами своєї речової форми призводить до виникнення прибутку, який збільшує власні фінансові ресурси підприємства роздрібною торгівлі.

З урахуванням викладеного вище, більш доречним вважаємо наступне розуміння простого відтворення. Просте відтворення має місце у випадку, коли обсяги факторів виробництва, що використовуються, у тому числі капіталу і праці, у даному періоді залишаються незмінними. Відповідно розміри діяльності та обсяг товарообороту підприємства роздрібною торгівлі за тої ж продуктивності факторів не змінюються.

Виходячи з цього, дослідження механізму кількісного оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі базується на тому, що його обчислення повинно здійснюватися шляхом підсумовування розміру потреби в інвестиціях у підприємство за трьома напрямками:

- інвестиції у поповнення оборотного капіталу (у межах існуючого обсягу товарообороту);
- інвестиції в основний капітал (у ремонт основних засобів або заміну застарілих основних засобів підприємства новими);
- інвестиції в трудові ресурси (підвищення кваліфікації, матеріальне і нематеріальне стимулювання).

Під час визначення величини обсягів інвестицій у оборотний капітал як складової матеріально-фінансової підсистеми інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі необхідно звернути увагу на те, наскільки раціонально сформовані оборотні активи на підприємстві роздрібною торгівлі, зважаючи на специфіку галузі, що передбачає виконання наступних завдань [90]:

- визначити раціональні (оптимальні) обсяги окремих складових оборотного капіталу підприємства роздрібною торгівлі, насамперед, запасів товарно-матеріальних цінностей, дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги; скоригувати величину оборотних активів на суму простроченої дебіторської заборгованості та надлишкових грошових коштів; визначити раціональний розмір сукупної величини оборотного капіталу підприємства;
- визначити раціональну структуру джерел фінансування потреби в оборотних засобах за допомогою прийнятих нормативів показників ліквідності та платоспроможності підприємства роздрібною торгівлі.

Послідовність розрахунку потреби в інвестиціях для простого відтворення основних засобів, зважаючи на потреби підприємства роздрібною торгівлі, передбачає здійснення таких основних завдань [90]:

- провести оцінку ступеня зношеності основних засобів підприємства, надати висновок про доцільність проведення ремонту або повної заміни

фізично зношених елементів основних засобів за кожним їх елементом та вибрати найкращий варіант такої заміни;

- визначити сукупну потребу в коштах, необхідних для заміни застарілих основних засобів або ремонту частково зношених за всім їх переліком;

- визначити джерела задоволення потреби в коштах для заміни або ремонту основних засобів підприємства роздрібної торгівлі.

У викладених вище пропозиціях врахована динамічна природа взаємодії двох категорій – активів і капіталу, із якої виходить, що активи не можуть існувати окремо від капіталу, також як і наявність капіталу завжди передбачає його вкладення в конкретні активи. Під час визначення джерел задоволення потреби в інвестиціях потрібно спиратися на одне з основних правил фінансового менеджменту [178], відповідно до якого фінансування необоротних активів повинно здійснюватися за рахунок власного та довгострокового позикового капіталу, а фінансування оборотних активів – переважно за рахунок короткострокових позикових коштів.

Розрахунок потреби в інвестиціях для простого відтворення трудових ресурсів як складової управлінської підсистеми інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі полягає у:

- оцінці кількості та якості трудових ресурсів підприємства, ступеня задоволення ними існуючого обсягу товарообороту;

- розрахунку сукупної потреби в коштах, необхідних для відтворення трудових ресурсів у таких кількісних і якісних характеристиках, використання яких забезпечувало б досягнення того ж самого обсягу реалізації;

- визначенні джерел задоволення потреби в коштах для простого відтворення трудових ресурсів підприємства роздрібної торгівлі.

Розширене відтворення, на відміну від простого, передбачає приріст одного або декількох факторів виробництва, який здійснюється, як правило, за рахунок нових капітальних вкладень, що за інших рівних умов веде до зростання масштабів та ефективності господарської діяльності.

Оцінка інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі за критерієм перспективності, тобто можливості забезпечувати розширене відтворення, має бути заснована на врахуванні наступних напрямів вкладення інвестицій, а саме:

- інвестиції у поповнення оборотного капіталу (у межах запланованого збільшення обсягу товарообороту);
- інвестиції в основний капітал (в оновлення основних засобів підприємства та розширення обсягів торговельної діяльності);
- інвестиції у нематеріальні активи;
- інвестиції у трудові ресурси (у межах запланованого збільшення обсягу товарообороту).

Визначення раціональної величини додаткових обсягів інвестицій у поповнення оборотного капіталу з метою забезпечення потреб розширеного відтворення підприємства роздрібною торгівлі повинна базуватися на виконанні таких основних завдань:

- встановлення раціональних (за можливості оптимальних) обсягів окремих складових оборотного капіталу підприємства роздрібною торгівлі, насамперед, запасів товарів, дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги; визначення раціонального розміру сукупної величини оборотного капіталу підприємства (на підставі результатів розрахунків, проведених на попередньому етапі);
- встановлення додаткової потреби в оборотних коштах підприємства внаслідок запланованого зростання обсягів реалізації товарів; визначення сукупної потреби в додаткових оборотних коштах на підприємстві роздрібною торгівлі як різниці між раціональним сукупним їх розміром (з урахуванням запланованого зростання обсягів товарообороту) та фактичного (наявного на конкретну дату) їх розміру;
- знаходження раціональної структури джерел фінансування потреби в додаткових оборотних коштах із урахуванням чинних нормативів показників

ліквідності та платоспроможності підприємства роздрібної торгівлі.

Визначення потреби в інвестиціях для забезпечення розширеного відтворення в частині основних засобів підприємства роздрібної торгівлі, передбачає наступне:

- визначення попереднього переліку фізично зношених та морально застарілих елементів основних засобів та визначення можливих варіантів заміни цих основних засобів на новіші та прогресивніші; оцінювання доцільності заміни застарілих основних засобів на нові за кожним їх елементом та вибір найкращого варіанта такої заміни;

- складання плану оновлення основних засобів підприємства, який, серед іншого, повинен містити остаточний перелік основних засобів, які доцільно замінити на нові, терміни такої заміни, а також результати визначення сукупної потреби в інвестиціях, необхідних для реалізації цього плану;

- встановлення додаткової потреби в основних засобах підприємства роздрібної торгівлі з метою забезпечення запланованого зростання обсягів реалізації товарів; визначення сукупної потреби в додаткових основних засобах як різниці між раціональним сукупним їх розміром (з урахуванням запланованого зростання обсягів товарообороту) та фактичного (наявного на конкретну дату) їх розміру;

- визначення джерел задоволення потреби в інвестиціях для здійснення програми розширеного відтворення основних засобів підприємства.

Розрахунок потреби в інвестиціях для забезпечення потреб розширеного відтворення в частині трудових ресурсів підприємства роздрібної торгівлі передбачає:

- оцінку кількості та якості трудових ресурсів підприємства;
- розрахунок сукупної потреби в коштах, необхідних для відтворення трудових ресурсів у таких кількісних і якісних характеристиках, використання яких забезпечувало б досягнення запланованого збільшення обсягу реалізації;
- встановлення додаткової потреби підприємства роздрібної торгівлі в

трудо­вих ресур­сах з метою забез­печен­ня за­п­ла­но­ва­но­го зрос­тан­ня об­ся­гу ре­алі­за­ції;

– ви­зна­чен­ня дже­рел за­до­во­ле­н­ня по­тре­би в ко­штах для ро­зши­ре­но­го від­тво­рен­ня тру­дових ре­сур­сів під­при­єм­ства ро­здрі­б­ної тор­гі­влі.

Ро­з­гля­ну­ті ви­ще осо­бли­во­сті спів­від­но­шен­ня ви­дів від­тво­рен­ня та ро­змі­ру то­ва­ро­об­ро­ту вті­ле­но у пред­став­ле­но­му на рис. 3.3 по­ряд­ку ви­зна­чен­ня по­тре­би під­при­єм­ства ро­здрі­б­ної тор­гі­влі в про­сто­му або ро­зши­ре­но­му від­тво­рен­ні.

ПРОСТЕ ВІДТВОРЕННЯ	РОЗШИРЕНЕ ВІДТВОРЕННЯ
$TO_1 = TO_0$	$TO_1 > TO_0$
$MP_1 = MP_0$	$MP_1 > MP_0$
$HA_1 = HA_0$	$HA_1 \geq HA_0$
$\Phi P_1 = \Phi P_0$	$\Phi P_1 > \Phi P_0$
$TP_1 = TP_0$	$TP_1 > TP_0$
$P_1 = P_0$	$P_1 > P_0$

Рис. 3.3. Схема видів відтворення підприємства роздрібно­ї тор­гі­влі
(ро­з­роб­ле­но ав­то­ром):

де TO – об­ся­г то­ва­ро­об­ро­ту під­при­єм­ства ро­здрі­б­ної тор­гі­влі;

MP , HA , ΦP , TP – від­по­від­но об­ся­г ма­те­рі­аль­них, не­ма­те­рі­аль­них, фінан­со­вих та тру­дових ре­сур­сів під­при­єм­ства;

P – об­ся­г су­куп­них ре­сур­сів під­при­єм­ства;

1; 0 – циф­ра по­ка­ж­чи­ка пе­рі­о­ду до­слід­жен­ня: 1 – звіт­ний пе­рі­од, 0 – ба­зис­ний пе­рі­од.

Таким чином, просте відтворення відповідає умові збереження обсягу товарообороту на незмінному рівні, що забезпечується відповідними (незмінними) значеннями матеріальних, фінансових і трудових ресурсів підприємства роздрібної торгівлі.

Розширене відтворення підприємства роздрібної торгівлі передбачає збільшення обсягу його товарообороту у порівнянні з базисним значенням, забезпеченням чого є зростання величини використовуваних матеріальних, фінансових і трудових ресурсів.

Звужене відтворення підприємства роздрібної торгівлі характеризує відновлення процесу його господарської діяльності в скороченому, зменшеному розмірі. Звужене відтворення має місце під час скорочення обсягів реалізації і може бути викликане нестачею ресурсів, нераціональним і неефективним їх використанням, погіршенням якісного стану наявних ресурсів [206].

3.2. Матричний метод оцінки інвестиційного потенціалу підприємства

Виділення двох підсистем та низки складових факторів дозволяє побудувати загальну систему оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі.

Оцінку внутрішнього інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі для забезпечення цілей простого та/або розширеного відтворення доцільно проводити шляхом співставлення наявних ресурсів та потреб у них. Розрахунки необхідно проводити за кожним елементом матеріальних, фінансових і трудових ресурсів.

Порівнюючи значення потреби у відповідних ресурсах підприємства роздрібної торгівлі із реальними значеннями, можна визначити його можливості щодо простого та/або розширеного відтворення. Таке порівняння

доцільно здійснювати використовуючи індекси відповідних ресурсів, а саме:

$$I_{MP} = \frac{MP}{MP_{\text{прогн}}}, \quad (3.2)$$

$$I_{\Phi P} = \frac{\Phi P}{\Phi P_{\text{прогн}}}, \quad (3.3)$$

$$I_{TP} = \frac{TP}{TP_{\text{прогн}}}, \quad (3.4)$$

де I_{MP} – індекс матеріальних ресурсів i -го підприємства роздрібною торгівлі;

$I_{\Phi P}$ – індекс фінансових ресурсів i -го підприємства роздрібною торгівлі;

I_{TP} – індекс трудових ресурсів i -го підприємства роздрібною торгівлі;

MP – обсяг наявних матеріальних ресурсів i -го підприємства роздрібною торгівлі;

ΦP – обсяг наявних фінансових ресурсів i -го підприємства роздрібною торгівлі;

TP – обсяг наявних трудових ресурсів i -го підприємства роздрібною торгівлі;

$MP_{\text{прогн}}$ – прогнозний обсяг (величина потреби) матеріальних ресурсів i -го підприємства роздрібною торгівлі для простого відтворення;

$\Phi P_{\text{прогн}}$ – прогнозний обсяг (величина потреби) фінансових ресурсів i -го підприємства роздрібною торгівлі для простого відтворення;

$TP_{\text{прогн}}$ – прогнозний обсяг (величина потреби) трудових ресурсів i -го підприємства роздрібною торгівлі для простого відтворення.

Якщо:

$I_{MP} = 1$, $I_{\Phi P} = 1$, $I_{TP} = 1$, то інвестиційний потенціал підприємства роздрібною торгівлі за відповідною складовою є достатнім для забезпечення простого відтворення;

$I_{MP} > 1$, $I_{ФР} > 1$, $I_{ТР} > 1$, то інвестиційний потенціал підприємства роздрібно́ї торгівлі перевищує потреби простого відтворення;

$I_{MP} < 1$, $I_{ФР} < 1$, $I_{ТР} < 1$ означає, що інвестиційний потенціал підприємства роздрібно́ї торгівлі є не достатнім для забезпечення простого відтворення, тобто наявні ресурси є менші за потреби в них.

Існують інші комбінації індексів, виходячи з загальної спрямованості кожного індексу; відповідно до чого буде відрізнятися їх трактування.

Важливим завданням оцінювання внутрішнього інвестиційного потенціалу є визначення обсягу потреби підприємства роздрібно́ї торгівлі в інвестиційних ресурсах.

Пропонуємо наступну послідовність дій щодо визначення потреби підприємства роздрібно́ї торгівлі в розрізі інвестиційних ресурсів (матеріальних, трудових і фінансових) на майбутній період у вигляді схеми на рис. 3.4.

Етап I. Ідентифікація виду відтворення підприємства роздрібно́ї торгівлі (звужене, просте, розширене) шляхом визначення динаміки обсягу товарообороту з урахуванням впливу інфляції.

Порівнянні значення показника товарообороту розраховуються шляхом приведення фактичних значень відповідного року до базисного за допомогою індексів інфляції.

На основі виявленої динаміки обсягів діяльності підприємства роздрібно́ї торгівлі робиться висновок про вид відтворення:

якщо $TO_n < TO_{n-1}$ – має місце звужене відтворення діяльності;

якщо $TO_n = TO_{n-1}$ – має місце просте відтворення діяльності;

якщо $TO_n > TO_{n-1}$ – відтворення є розширеним.

З метою конкретизації висновків щодо виду відтворення експертним шляхом визначено відхилення показника товарообороту і-го підприємства роздрібно́ї торгівлі у наступних межах:

1) якщо відхилення обсягу товарообороту підприємства в поточному

періоді (TO_n) від обсягу товарообороту базисного періоду (TO_{n-1}), виражене у відсотках, знаходиться в межах $]\infty ; - 5[$, то відтворення є звуженим;

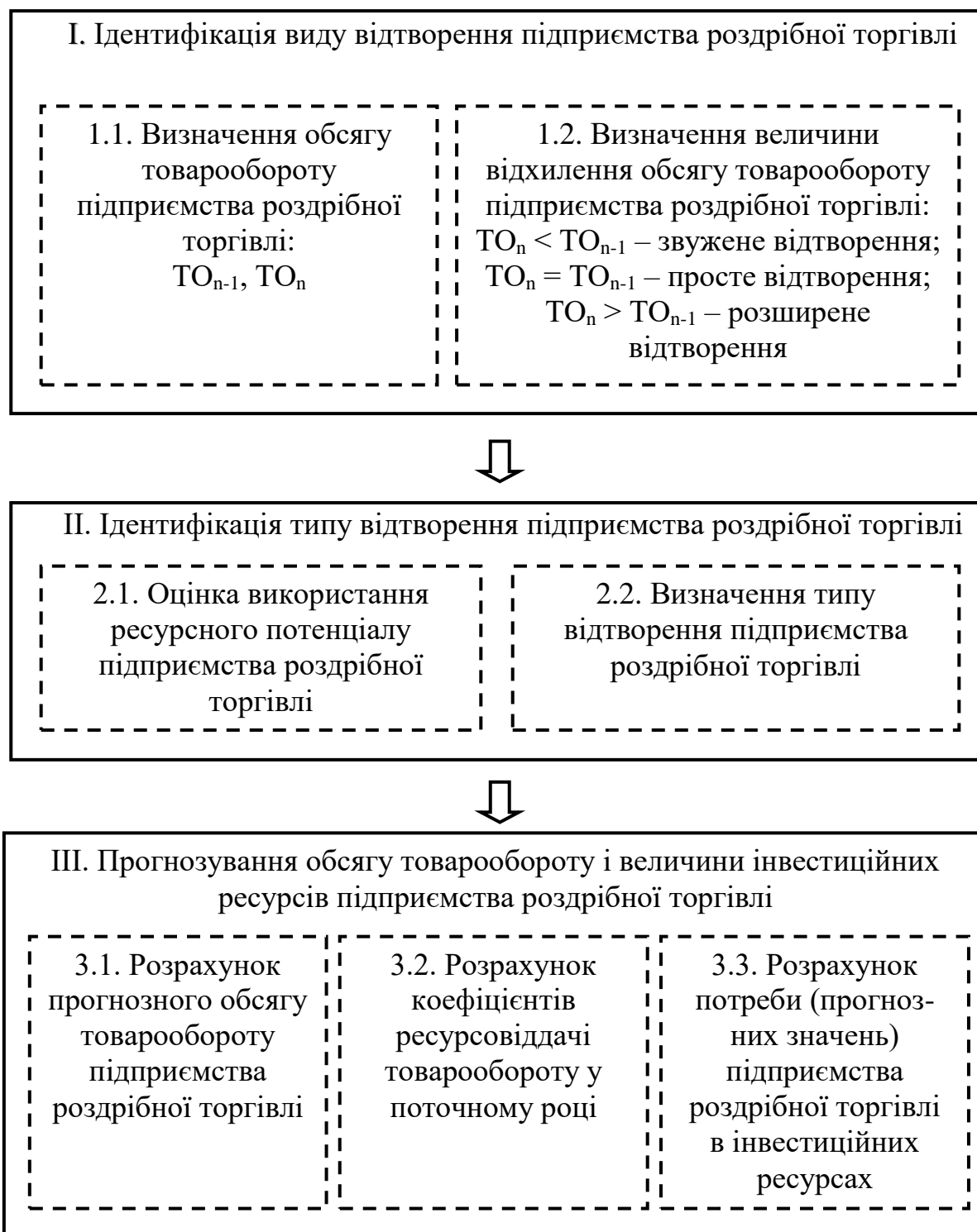


Рис. 3.4. Схема визначення потреби підприємства роздрібно́ї торгівлі в інвестиційних ресурсах (розроблено автором)

2) якщо відхилення товарообороту підприємства поточного періоду (TO_n) від товарообороту базисного (TO_{n-1}), виражене у відсотках, знаходиться в межах $[-5 ; 5]$, то відтворення є простим;

3) якщо відхилення товарообороту підприємства поточного періоду (TO_n) від товарообороту базисного (TO_{n-1}), виражене у відсотках, знаходиться в межах $]5 ; \infty[$, то відтворення вважається розширеним.

Етап II. Визначення типу відтворення підприємства роздрібної торгівлі.

Тип відтворення залежить від якісної характеристики застосування факторів виробництва підприємства і буває екстенсивним та інтенсивним.

Екстенсивне відтворення являє собою процес розширення масштабів господарської діяльності за рахунок залучення додаткових ресурсів на колишній технологічній основі [202]. Серед шляхів екстенсивного відтворення в торгівлі можна виділити: зростання чисельності торгово-оперативного персоналу, збільшення робочого дня, зростання обсягу інвестицій і капіталовкладень, введення нових торговельних площ тощо. Продуктивність праці та ефективність засобів виробництва залишаються незмінними.

Інтенсивне відтворення – це процес збільшення обсягу виробництва за рахунок якісного поліпшення технологій і техніки, що застосовуються в діяльності підприємств роздрібної торгівлі. Для даного типу відтворення характерні наступні шляхи забезпечення: оновлення торгової і складської техніки, більш ефективне використання ресурсів, підвищення кваліфікації торгово-оперативного персоналу, зміцнення трудової дисципліни, інтенсифікація управління тощо.

У чистому вигляді екстенсивний та інтенсивний типи відтворення не існують, тому можна говорити лише про переважно екстенсивний або переважно інтенсивний тип відтворення.

Таким чином, ідентифікація типу відтворення господарської діяльності підприємства роздрібної торгівлі повинна проводитися на базі аналізу ефективності використання ним матеріальних, фінансових і трудових ресурсів.

Послідовність такого аналізу наступна.

По-перше, оцінюється ефективність використання інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі.

Грунтуючись на тому, що той або інший вид відтворення визначається динамікою основного показника господарської діяльності підприємства роздрібною торгівлі, який у свою чергу досягається використанням різного роду ресурсів, то під час оцінки ефективності інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі за основний показник ефективності було обрано товарооборот на 1 м² торговельної площі (ТО₁):

$$TO_1 = \frac{TO}{S}, \quad (3.5)$$

де TO – обсяг товарообороту;

S – розмір торговельної площі, м².

По-друге, ідентифікується тип відтворення підприємства роздрібною торгівлі в кожному році дослідження. Відзначимо, що виділення екстенсивного та інтенсивного типу відтворення характерно лише для розширеного його виду. Однак під час дослідження виникає також необхідність у визначенні міри ефективності простого відтворення. Тому з метою забезпечення рівнозначності результатів подальшого дослідження пропонується виділяти саме ефективний і неефективний типи простого і/або розширеного відтворення.

Ідентифікація типу відтворення проводиться на основі визначення розміру коливання значення показника товарообороту на 1 м² торговельної площі від середнього значення в групі за конкретний рік.

Етап III. Прогнозування обсягу товарообороту і величини інвестиційних ресурсів підприємства роздрібною торгівлі на наступний рік.

Такий крок передбачає прогнозування інвестиційного потенціалу у кількох варіантах залежно від визначеного виду і типу відтворення діяльності у

передпрогнозний період, які схематично наведені на рис. 3.5.

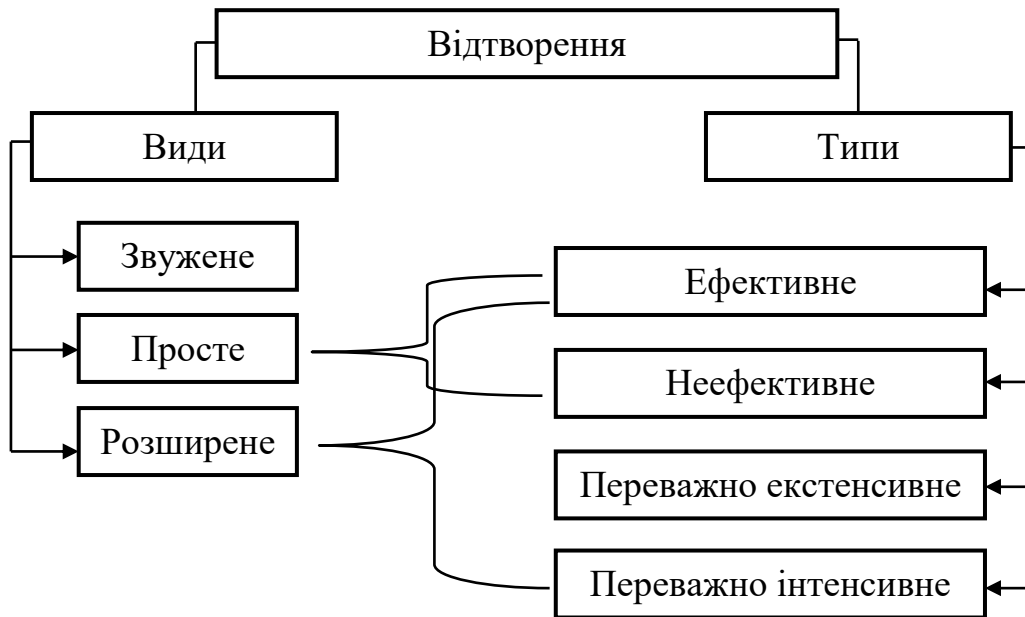


Рис. 3.5. Види і типи відтворення підприємства роздрібною торгівлею

Таким чином, якщо вид відтворення у поточному році визначено як простий, то для підприємства може бути прогнозовано як просте, так і розширене відтворення на наступний рік. У випадку, якщо тип відтворення підприємства у поточному році визначено як неефективний, то прогноз на наступний рік повинен визначатися саме як «ефективний».

Пропонуємо наступну послідовність дій щодо визначення прогнозу підприємства роздрібною торгівлею в розрізі інвестиційних ресурсів (матеріальних, трудових і фінансових).

По-перше, визначаємо прогнозний обсяг товарообороту підприємства роздрібною торгівлею на наступний рік за формулою:

$$TO_{\text{прогн}} = TO_{\text{1,макс(сер)}} \times Si \times K_{\text{нопр}} \times I_{\text{ц}}, \quad (3.6)$$

де $TO_{\text{прогн}}$ – прогнозний обсяг товарообороту i -го підприємства роздрібною

торгівлі, інвестиційний потенціал якого оцінюється, у цінах минулого року;

$TO_{1 \text{ макс(сер)}}$ – максимальне (або середнє за групою) значення показника товарообороту в розрахунку на 1 м² торговельної площі (залежно від цілей прогнозування);

S_i – розмір торговельної площі i -го підприємства роздрібно́ї торгівлі, яке досліджується;

$K_{\text{попр}}$ – поправочний коефіцієнт, що враховує тенденції зміни обсягу товарообороту i -го підприємства роздрібно́ї торгівлі. Розраховується у випадку відсутності відхилень у розмірі торговельної площі підприємства:

$$K_{\text{попр}}^* = \frac{\Delta TO_n + \Delta TO_{n+1} + \dots + \Delta TO_m}{m}, \quad (3.7)$$

де $\Delta TO_n, \Delta TO_{n+1}, \dots, \Delta TO_m$ – ланцюгові темпи зміни обсягу товарообороту i -го підприємства роздрібно́ї торгівлі протягом періоду m , інвестиційний потенціал якого оцінюється;

m – загальна тривалість періоду дослідження, що передує прогнозу;

$I_{\text{ц}}$ – індекс цін для приведення значення обсягу товарообороту у приведених цінах до реальних цін.

По-друге, визначаємо прогнозні значення ресурсів для i -го підприємства роздрібно́ї торгівлі.

Такий розрахунок ведеться за допомогою показників ресурсовіддачі, які відображають ефективність використання відповідних видів ресурсів та визначають їх достатність або недостатність по відношенню до поточного або прогнозного обсягу продажу. Справа в тому, що надлишкові вкладення в ресурси зменшують вільний грошовий потік та вартість фірми, а недостатність інвестицій – призводить до зменшення обсягу продажу, що також зменшує вільний грошовий потік та вартість фірми.

Розрахунок ведеться за кожним видом інвестиційних ресурсів за формулами:

$$PB_{MPn} = \frac{TO}{MP}, \quad (3.8)$$

$$PB_{\Phi Pn} = \frac{TO}{\Phi P}, \quad (3.9)$$

$$PB_{TPn} = \frac{TO}{TP}, \quad (3.10)$$

де PB_{MPn} – відповідно коефіцієнт віддачі матеріальних ресурсів i -го підприємства роздрібною торгівлі в поточному році;

$PB_{\Phi Pn}$ – відповідно коефіцієнт віддачі фінансових ресурсів i -го підприємства роздрібною торгівлі в поточному році;

PB_{TPn} – відповідно коефіцієнт віддачі трудових ресурсів i -го підприємства роздрібною торгівлі в поточному році;

MP – обсяг матеріальних ресурсів i -го підприємства роздрібною торгівлі;

ΦP – обсяг фінансових ресурсів i -го підприємства роздрібною торгівлі;

TP – обсяг трудових ресурсів i -го підприємства роздрібною торгівлі;

TO – обсяг товарообороту i -го підприємства роздрібною торгівлі.

Під час розрахунку прогнозних значень інвестиційних ресурсів підприємства роздрібною торгівлі приймається, що ресурсовіддача в прогнозному періоді не зміниться, тобто: $PB_n = PB_{\text{прогн}}$.

Звідси прогнозні значення інвестиційних ресурсів визначаються за формулами:

$$MP_{\text{прогн}} = \frac{TO_{\text{прогн}}}{PB_{MPn}}, \quad (3.11)$$

$$\Phi P_{\text{прогн}} = \frac{TO_{\text{прогн}}}{PB_{\Phi Pn}}, \quad (3.12)$$

$$TP_{\text{прогн}} = \frac{TO_{\text{прогн}}}{PB_{TPn}}. \quad (3.13)$$

де $TO_{\text{прогн}}$ – прогнозний обсяг товарообороту i -го підприємства роздрібною

торгівлі, інвестиційний потенціал якого оцінюється, у цінах минулого року;

$MP_{\text{прогн}}$ – прогностні значення матеріальних ресурсів i -го підприємства роздрібною торгівлі;

$FR_{\text{прогн}}$ прогностні значення фінансових ресурсів i -го підприємства роздрібною торгівлі;

$TR_{\text{прогн}}$ прогностні значення трудових ресурсів i -го підприємства роздрібною торгівлі.

Таким чином можна визначити потребу підприємства роздрібною торгівлі в матеріальних, фінансових і трудових ресурсах (Π_i) для забезпечення простого та/або розширеного відтворення.

Для вирішення поставленого завдання пропонуємо використовувати матрицю «Достатність – Перспективність» оцінки інвестиційних ресурсів підприємства роздрібною торгівлі для забезпечення потреб інвестиційного розвитку, квадранти якої характеризують певний стан відповідної складової внутрішнього інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі, за якого аналітичні показники наявних ресурсів і потреб набувають певних значень (рис. 3.6).

Матриця «достатність – перспективність», як один із інструментів ефективного оцінювання інвестиційного потенціалу, являє собою двовимірну модель, яка порівнює наявні інвестиційні ресурси підприємства роздрібною торгівлі із потребою в них для забезпечення цілей простого і розширеного відтворення.

Таким чином, можливі три варіанти значень запропонованих індексів: коли значення індексу є більшим за 1; коли значення наближається або дорівнює 1; коли значення індексу перевищує 1.

Застосування матриці вимагає використання для розрахунку індексів даних не менше ніж, за два роки, оскільки передбачає порівняння значень наявних ресурсів та їх потреби в динаміці [205].

$I_{\Pi i}$ \ I_{Hi}	$I_{Hi} < 1$	$I_{Hi} = 1$	$I_{Hi} > 1$
$I_{\Pi i} < 1$	1 $I_{Hi} < 1$ $I_{\Pi i} < 1$	2 $I_{Hi} = 1$ $I_{\Pi i} < 1$	3 $I_{Hi} > 1$ $I_{\Pi i} < 1$
$I_{\Pi i} = 1$	4 $I_{Hi} < 1$ $I_{\Pi i} = 1$	5 $I_{Hi} = 1$ $I_{\Pi i} = 1$	6 $I_{Hi} > 1$ $I_{\Pi i} = 1$
$I_{\Pi i} > 1$	7 $I_{Hi} < 1$ $I_{\Pi i} > 1$	8 $I_{Hi} = 1$ $I_{\Pi i} > 1$	9 $I_{Hi} > 1$ $I_{\Pi i} > 1$

Рис. 3.6. Матриця «Достатність – Перспективність» (розроблено автором):

I_{Hi} – індекс наявних ресурсів підприємства роздрібно́ї торгівлі;

$I_{\Pi i}$ – індекс потреби підприємства роздрібно́ї торгівлі в i -тих ресурсах.

Динамічне оцінювання полягає в аналізі співвідношення динаміки обсягів наявних інвестиційних ресурсів (Hi) та потреби в них (Πi) для забезпечення цілей простого і/або розширеного відтворення (у вигляді індексів відповідних аналітичних показників):

$$I_{Hi} = \frac{Hi_1}{Hi_0}, \quad (3.3)$$

$$I_{\Pi i} = \frac{\Pi i_1}{\Pi i_0}, \quad (3.4)$$

де I_{Hi} , $I_{\Pi i}$ – індекси зміни наявних і прогнозних обсягів i -тих інвестиційних ресурсів підприємства роздрібно́ї торгівлі відповідно;

Hi_1 , Hi_0 – обсяг i -тих інвестиційних ресурсів (матеріальних, фінансових, трудових) підприємства роздрібно́ї торгівлі відповідно у звітному і базисному періоді;

Π_1 , Π_0 – потреба в i -тих інвестиційних ресурсах (матеріальних, фінансових, трудових) підприємства роздрібно́ї торгівлі відповідно у звітному і базисному періоді.

Знаходження підприємства роздрібно́ї торгівлі в квадранті 1 свідчить про скорочення не лише наявних інвестиційних ресурсів в цілому (або їх певного виду), але й потреби в них. Таке становище може пояснюватися згортанням діяльності підприємства роздрібно́ї торгівлі, що проявляється у зниженні обсягів товарообороту, виходу з ринку тощо.

Квадрант 2. Обсяги інвестиційних ресурсів підприємства роздрібно́ї торгівлі залишаються незмінними ($I_H = 1$) при зменшенні потреби в них ($I_{\Pi} < 1$). Тобто, підприємство володіє більшим обсягом ресурсів, ніж це потрібно для здійснення ефективної інвестиційної діяльності.

Квадрант 3. Така ситуація є продовженням попередньої і може негативно характеризувати використання інвестиційного потенціалу, оскільки при зменшенні потреби в ресурсах, їхня кількість зростає, що може негативно відобразитися на результуючих показниках діяльності й показниках ефективності через надлишок ресурсів і підвищені витрати на їх використання.

Квадрант 4. Обсяги наявних інвестиційних ресурсів знижуються, що говорить про погіршення ефективності діяльності підприємства роздрібно́ї торгівлі й може пояснюватися зниженням обсягів реалізації, зменшенням частки ринку тощо; а незмінна динаміка обсягів потреби в даних ресурсах підтверджує висновок про низький інвестиційний потенціал підприємства.

Квадрант 5. Позиціонування в даному квадранті матриці свідчить про наявність у підприємства можливостей для простого відтворення, що позитивно характеризує інвестиційний потенціал за критерієм достатності. Однак розширене відтворення не забезпечується через брак відповідних ресурсів.

Квадрант 6. Зростання наявних інвестиційних ресурсів при незмінному обсязі потреби в них можливе за умов використання підприємством роздрібно́ї торгівлі можливостей для розширеного відтворення. Звичайно таке зростання

повинно супроводжуватися й збільшенням товарообороту.

Квадрант 7. Зниження наявних інвестиційних ресурсів при зростанні потреби в них говорить про неефективне формування і використання підприємством не лише інвестиційного, але й загального економічного потенціалу при досить сприятливій ситуації на споживчому ринку.

Квадрант 8. Обсяги наявних ресурсів підприємства роздрібної торгівлі знаходяться на незмінному рівні. Проте потреба в цих ресурсах збільшується, що свідчить про відсутність можливостей або небажання підприємства здійснювати розширене відтворення.

Квадрант 9. Обсяги наявних інвестиційних ресурсів і потреби в них мають позитивну динаміку і свідчить про розширене відтворення в підприємстві роздрібної торгівлі та позитивно характеризує інвестиційний потенціал за критерієм перспективності.

Такі порівняння дозволяють надати оцінку інвестиційного потенціалу з позиції достатності окремих видів ресурсів для цілей простого та/або розширеного відтворення. Проте в господарській діяльності підприємства виникають ситуації, коли за результатами порівняння значення індексів зміни коефіцієнтів ресурсів можуть бути різними, тобто $I_{Hi} \{<, =, >\} 1$; де позначення $\{\leq, =, \geq\}$ говорить про можливість одного із знаків «менше», «дорівнює» або «більше».

Тому для забезпечення однозначності результатів розрахунків зроблено наступні припущення:

якщо $I_{Hi} > 1$ або $I_{Hi} \rightarrow \infty$, то вважаємо, що йому буде відповідати значення $1, a$; де a – будь-яке натуральне число;

якщо $I_{Hi} = 1$ або $I_{Hi} \rightarrow 1$, то йому буде відповідати значення 1 ;

якщо $I_{Hi} < 1$, то йому відповідатиме значення $0, a$; де a – будь-яке натуральне число.

З урахуванням наведеного вище, математичну задачу оцінювання внутрішнього інвестиційного потенціалу було сформульовано таким чином:

$$f(\bar{X}) = f(I_{MP}, I_{\Phi P}, I_{TP}), \quad (3.14)$$

де $f(\bar{X})$ – математичний запис критерію достатності або перспективності – цільова функція;
при обмеженнях

$$\varphi(I_{MP}, I_{\Phi P}, I_{TP}) \{<, =, >\} \overline{0, \alpha; \infty}. \quad (3.15)$$

Оцінювання внутрішнього інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі доповнюється визначенням узагальнюючого показника, алгоритм розрахунку якого випливає з формули (3.14):

$$\text{ІП} = \sqrt[3]{I_{MP} \times I_{\Phi P} \times I_{TP}}, \quad (3.16)$$

де ІП – інтегральний показник внутрішнього інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі.

Пропонується наступна шкала інтерпретації значень показника ІП для підприємств роздрібної торгівлі:

ІП < 1 – означає відсутність можливостей до простого відтворення;

ІП → 1 – характеризує просте відтворення господарської діяльності, але можливості для розширеного відтворення відсутні;

ІП > 1 – просте та розширене відтворення діяльності підприємства роздрібної торгівлі.

Застосування запропонованої методики дозволяє: по-перше, одержати однозначну відповідь щодо достатності інвестиційного потенціалу для забезпечення цілей простого та/або розширеного відтворення підприємства роздрібної торгівлі як у конкретний період часу, так і в динаміці; по-друге, виявити місце і-го підприємства за рівнем інвестиційного потенціалу у групі аналогічних підприємств.

3.3. Імплементация науково-методичних підходів до оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі

Апробація методичного підходу до обґрунтування інвестиційного розвитку підприємства шляхом вибору певного виду відтворення та методики оцінювання внутрішнього інвестиційного потенціалу була проведена для мережних підприємств роздрібної торгівлі досліджуваної сукупності.

Результати розрахунку рівня доходу на вкладений капітал мережних підприємств роздрібної торгівлі та середнього рівня доходу на вкладений капітал за порівнянним видом економічної діяльності наведені в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Динаміка показника рівня доходу на капітал в середньому за сферою економічної діяльності та мережними підприємствами роздрібної торгівлі

Підприємство	2008	2009	2010
1. Середньогалузевий рівень доходу на капітал *	-0,084	-0,028	-0,006
2. Рівень доходу на капітал за мережними підприємствами:			
ВАТ «Базис»	0,186	0,151	0,135
ТОВ «Восторг»	0,004	-0,032	-0,025
ВАТ «Гранд Маркет»	0,025	0,018	0,014
ТОВ СУАП «Європоль»	0,144	0,241	0,311
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	0,005	0,006	0,005
ТОВ «Таврія В»	-0,121	-0,023	0,006
ТОВ «Фоззі-Фуд»	0,011	0,003	0,001
ТОВ «Квіза-Трейд»	-0,183	0,017	-0,031
ТОВ «Укр-Трейд»	-0,107	-0,018	-0,031
ТОВ «Край»	-0,049	0,009	0,049

Примітка. * – розраховано за [164 – 167; 173]

Як видно з таблиці, динаміка показників рівня доходу на капітал в

досліджуваних підприємствах та в середньому за видом економічної діяльності «роздрібна торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку» є різною.

Починаючи з 2008 р. у середньому по роздрібній торгівлі спостерігається відсутність прибутку до оподаткування, що негативно вплинуло на значення розрахованого показника. Проте тенденція до зниження збитків, що відображається у зниженні від'ємного значення рівня доходу на вкладений капітал, розцінюється в цілому як позитивна.

Результати розрахунку показника за групою мережних підприємств роздрібної торгівлі говорить, що віддача від капіталу була вище, ніж у середньому за видом економічної діяльності.

Найвище у порівнянні з іншими мережними підприємствами значення показника у 2008 р. мало ВАТ «Базис» – 0,186, тобто з 1 грн. вкладеного капіталу було отримано 0,186 грн. прибутку від звичайної діяльності. Однак протягом наступних двох років віддача на капітал суттєво зменшилася і досягла у 2010 р. 13,5%. Також стабільне зниження рівня доходу на капітал протягом всього періоду дослідження спостерігалось у мережах ВАТ «Гранд Маркет» і ТОВ «Фоззі-Фуд». У ТОВ «Восторг» у результаті отримання збитків від звичайної діяльності у 2009 – 2010 рр. значення показника взагалі стало від'ємним.

Найбільший рівень даного показника вдалося досягти у 2010 р. ТОВ СУАП «Європоль» – 31,1%, що перевищує значення 2008 р. на 16,7%. Зростання рівня доходу на капітал мережі відбувалося стійкими темпами.

Мережам ТОВ «Таврія В» і ТОВ «Край» вдалося забезпечити ефективне використання капіталу, про що свідчить позитивна динаміка даного показника відповідно у 2008 і 2009 рр.

Рівень доходу на капітал ТОВ «Центр ТМ «П'ятий Океан» у 2008 – 2010 рр. несуттєво коливався і знаходився у межах 0,5 – 0,6 %. У цілому, незважаючи на низькі значення показника, капітал досліджуваного

підприємства приносив прибуток, тобто використовувався досить ефективно.

Як нестійке характеризується становище ТОВ «Квіза-Трейд», що пояснюється отриманням даною мережею збитків у 2008 і 2010 р. Збитковою протягом періоду дослідження була діяльність ТОВ «Укр-Трейд», проте позитивним вважаємо стабільне зменшення розміру збитків даної мережі.

Відповідно до завдань пропонованої методики потрібно вказати, що господарська діяльність мереж ВАТ «Базис», ВАТ «Гранд Маркет», ТОВ СУАП «Європоль», ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан», ТОВ «Фоззі-Фуд», ТОВ «Край» (у 2009 – 2010 рр.) була прибутковою, тому вважаємо не доречним порівнювати показник рівня доходу на капітал за даними суб'єктами господарської діяльності із від'ємним значенням середньогалузевого показника. Таким чином, для даних мереж приймаємо, що $K_{\text{спів.рент}} > 1$.

Що стосується інших досліджуваних мережних підприємств роздрібною торгівлі, то рівень збитковості вкладеного у їх діяльність капіталу перевищувала збитковість вкладеного капіталу в середньому за видом економічної діяльності «роздрібна торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку». Таким чином, для даних мереж приймаємо, що $K_{\text{спів.рент}} < 1$.

З урахуванням визначених тенденцій та рекомендацій, наданих на рис. 3.2, власники мережних підприємств ВАТ «Базис», ВАТ «Гранд Маркет», ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан» і ТОВ «Фоззі-Фуд» повинні застосувати саме стратегію стабілізації бізнесу, яка є найбільш ефективною і придатною. На такий вибір стратегії вплинуло зниження прибутків даного підприємства при зростанні вартості вкладеного капіталу протягом 2006 – 2010 рр.

Для ТОВ СУАП «Європоль» і ТОВ «Край» доцільно застосувати стратегію зростання, що обґрунтовано позитивною динамікою прибутку. Результати проведеного аналізу, які спрямовані на визначення цілей оцінювання внутрішнього інвестиційного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі, стверджують, що даний вид бізнесу – роздрібна торгівля – у цілому є

вигідним (ефективним) для його власників. Таке становище дозволяє не лише забезпечити просте відтворення, але і створює можливості для розширеного відтворення господарської діяльності. Саме про це говорить динаміка необоротних і оборотних активів даних мережних підприємств, яким протягом періоду дослідження зберегти мережу супермаркетів і не зазнати втрат у період загострення фінансово-економічної кризи.

Для інших досліджуваних мережних підприємств роздрібною торгівлі необхідно впроваджувати стратегію виживання, тому що наявні тенденції ставлять під сумнів не лише успішність, але й тривалість їх діяльності.

Обґрунтування шляхів забезпечення розширеного відтворення мережних підприємств роздрібною торгівлі за основними підсистемами і складовими його інвестиційного потенціалу повинно відбуватися за порядком, наведеному на рис. 3.4.

Під час розрахунку динаміки обсягу товарообороту за даними сукупності мережних підприємств роздрібною торгівлі (етап I) 2008 рік було прийнято за базовий. Індекс інфляції у 2009 р. склав 1,123, у 2010 р. – 1,091 [151 – 153]. Результати розрахунку темпів зміни обсягу товарообороту наведені в таблиці 3.2.

За результатами аналізу динаміки обсягів діяльності за групою мережних підприємств роздрібною торгівлі виявлено, що розширене відтворення діяльності протягом 2008-2010 рр. мали чотири мережі: ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан» (приріст склав +31,7%), ТОВ «Фоззі-Фуд» (приріст склав +124,6%) і ТОВ «Укр-Трейд» (темперістосту – +46,9%). Мережа ВАТ «Базис» у 2010 р. у порівнянні з 2009 р. також забезпечила розширене відтворення, про що свідчить позитивна динаміка показника.

Вид відтворення підприємств ТОВ «Таврія В» і ТОВ СУАП «Європоль» характеризувався протягом всього періоду дослідження як простий, проте динаміка показника товарообороту по підприємствах відрізнялася.

Таблиця 3.2

Динаміка товарообороту у фактичних і порівняних цінах за мережними підприємствами роздрібної торгівлі

Показник Підприємство	Товарооборот, тис. грн.					Темп зміни (у порівн. цінах), %			Вид відтворення	
	2008	2009		2010		2009/ 2008	2010/ 2009	2010/ 2008	2009	2010
		факт	у порівн. цінах	факт	у порівн. цінах					
ВАТ «Базис»	121883	122815	109363	145673	118898	89,7	108,7	97,6	звужене	розширене
ТОВ «Восторг»	215570	241738	215261	245675	200519	99,9	93,2	93,0	просте	звужене
ВАТ «Гранд Маркет»	84594	108123	96280	84067	68615	113,8	71,3	81,1	розширене	звужене
ТОВ СУАП «Європоль»	195677	207949	185173	229753	187524	94,6	101,3	95,8	звужене	просте
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	57116	74225	66095	92196	75250	115,7	113,9	131,7	розширене	розширене
ТОВ «Таврія В»	619018	729220	649350	792415	646767	104,9	99,6	104,5	просте	просте
ТОВ «Фоззі-Фуд»	3853660	1904338	1695760	10604969	8655754	44,0	510,4	224,6	звужене	розширене
ТОВ «Квіза- Трейд»	2890487	2981997	2655385	2040698	1665613	91,9	62,7	57,6	звужене	звужене
ТОВ «Укр-Трейд»	900663	1024820	912573	1621144	1323174	101,3	145,0	146,9	просте	розширене
ТОВ «Край»	618056	769244	684990	797663	651051	110,8	95,0	105,3	розширене	просте

Таким чином, попередній аналіз динаміки обсягу товарообороту за 2009 – 2010 рр. дозволив виділити три групи мережних підприємств роздрібної торгівлі:

– підприємства роздрібної торгівлі, діяльність яких характеризується звуженим відтворенням (ТОВ «Восторг», ВАТ «Гранд Маркет», ТОВ «Квіза-Трейд»);

– підприємства роздрібної торгівлі, діяльність яких характеризується простим відтворенням (ТОВ СУАП «Європоль», ТОВ «Таврія В», ТОВ «Край»);

– підприємства роздрібної торгівлі, діяльність яких характеризується розширеним відтворенням (ВАТ «Базис», ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан», ТОВ «Фоззі-Фуд», ТОВ «Укр-Трейд»).

Наступний (другий) етап дослідження – визначення типу відтворення – розпочинається з оцінки ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі за показником товарообороту на 1 м² торговельної площі.

Така оцінка проводилася лише для мережних підприємств роздрібної торгівлі, тип відтворення яких визначено як простий або розширений. Підприємства із звуженим типом відтворення на даному етапі дослідження були виключені з розрахунків.

Оцінка показника товарообороту на 1 м² торговельної площі проводиться за кожним підприємством досліджуваної групи із визначенням максимального значення за групою, яке обрано за найбільш ефективне. Ідентифікація типу відтворення підприємства роздрібної торгівлі проводилася в кожному році дослідження на основі визначення розміру коливання значення показника товарообороту на 1 м² торговельної площі від максимального значення в групі за конкретний рік.

Результати оцінки наведені в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Ідентифікація типу відтворення за конкурентними групами мережних підприємств роздрібної торгівлі

Підприємство	Показник	Товарооборот на 1 м ² торговельної площі, тис. грн.			Коливання від середнього значення в році, %			Тип відтворення		
		2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Підприємства роздрібної торгівлі із простим видом відтворення										
ТОВ СУАП «Європоль»		30,5	28,9	29,2	120,8	117,8	107,0	Інтенс.	Інтенс.	Інтенс.
ТОВ «Таврія В»		11,5	12,0	12,9	-17,0	-9,3	-8,9	Екстенс.	Екстенс.	Екстенс.
ВАТ «Базис»		16,5	10,1	11,0	19,5	-23,6	-22,0	Інтенс.	Екстенс.	Екстенс.
Середнє		13,8	13,3	14,1	-	-	-	-	-	-
Підприємства роздрібної торгівлі із розширеним видом відтворення										
ТОВ «Край»		33,3	36,9	35,1	76,2	246,4	31,2	Інтенс.	Інтенс.	Інтенс.
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»		16,3	18,9	21,5	-13,7	77,1	-19,6	Екстенс.	Інтенс.	Екстенс.
ТОВ «Фоззі-Фуд»		16,4	6,5	25,5	-13,1	-39,4	-4,7	Екстенс.	Екстенс.	Екстенс.
ТОВ «Укр-Трейд»		29,5	29,9	34,3	56,0	180,4	28,4	Інтенс.	Інтенс.	Інтенс.
Середнє		18,9	10,7	26,8	-	-	-	-	-	-

Позитивне значення коливання показника товарообороту на 1 м² торговельної площі від середнього значення за групою у відповідному році свідчить про інтенсивний тип відтворення діяльності підприємства роздрібною торгівлі. Від'ємне значення коливання показника дозволяє ідентифікувати тип відтворення як екстенсивний.

Таким чином, ТОВ СУАП «Європоль» проводило просте відтворення переважно інтенсивним шляхом, тобто зростання обсягів його діяльності забезпечувалося за рахунок більш якісно використання торговельної площі протягом усього періоду дослідження. При цьому, у ТОВ СУАП «Європоль» кількість торговельних об'єктів і розмір торговельної площі за 2008 – 2010 рр. не змінилися. Просте відтворення діяльності ТОВ «Таврія В» відбувалося переважно екстенсивним шляхом. ВАТ «Базис» від використання інтенсивного шляху відтворення у 2008 р. перейшло до екстенсивного протягом наступних двох років, що пояснюється збільшенням розміру торговельної площі за тої ж кількості об'єктів торгівлі.

Розширене відтворення ТОВ «Край» і ТОВ «Укр-Трейд» протягом 2008 – 2010 рр. здійснювалося переважно інтенсивним шляхом, а зростання товарообороту на 1 м² торговельної площі ТОВ «Фоззі-Фуд» забезпечувалося переважно екстенсивним шляхом, що співпадає з тенденціями розширення даної роздрібною мережі у регіонах України (з 283 об'єктів у 2008 р. до 310 у 2010 р.).

У ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан» у 2008 і 2010 рр. розширене відтворення відбувалося переважно екстенсивним шляхом, а у 2009 р. – інтенсивним.

Прогнозування обсягу товарообороту та величини інвестиційних ресурсів (матеріальних, трудових і фінансових) підприємства роздрібною торгівлі на наступний рік (останній – третій етап) передбачає прогнозування інвестиційного потенціалу у кількох варіантах залежно від визначеного виду і типу відтворення у передпрогнозний період за даними табл. 3.3. Розрахунок

прогнозного обсягу товарообороту підприємств роздрібної торгівлі на наступний (2011) рік ведеться за формулою (3.6).

Прогнозний обсяг товарообороту для мережних підприємств роздрібної торгівлі ТОВ СУАП «Європоль», ТОВ «Край» і ТОВ «Укр-Трейд» визначався на основі максимального значення показника товарообороту на 1 м² торговельної площі за конкурентною групою (рис. 3.7), тому що значення даного показника для цих мереж перевищували середнє за групою значення 2010 р. Для інших мережних підприємств обсяг товарообороту на наступний рік прогнозувався з урахуванням показника середнього значення товарообороту на 1 м² торговельної площі за конкурентною групою.

Далі за допомогою формул (3.8) – (3.10) визначаються показники ресурсовіддачі за кожним видом ресурсів підприємств роздрібної торгівлі за даними 2010 р.

Під час розрахунків прийнято наступне:

1) виходячи з економічного змісту матеріальні ресурси визначаються шляхом сумування наступних статей необоротних і оборотних активів із зазначенням коду рядка балансу за формулою:

$$MP = NB + Oszv + BcIH + HAin + BZ + T, \quad (3.17)$$

де NB – середня сума незавершеного будівництва підприємства роздрібної торгівлі за період (рядок (20) активу балансу);

OЗ – середня величина основних засобів за залишковою вартістю за період (рядок (30) активу балансу);

BcIH – середнє значення справедливої (залишкової) вартості інвестиційної нерухомості підприємства роздрібної торгівлі за період (рядок (55) активу балансу);

HAin – середня величина інших необоротних активів підприємства за період (рядок (70) активу балансу);

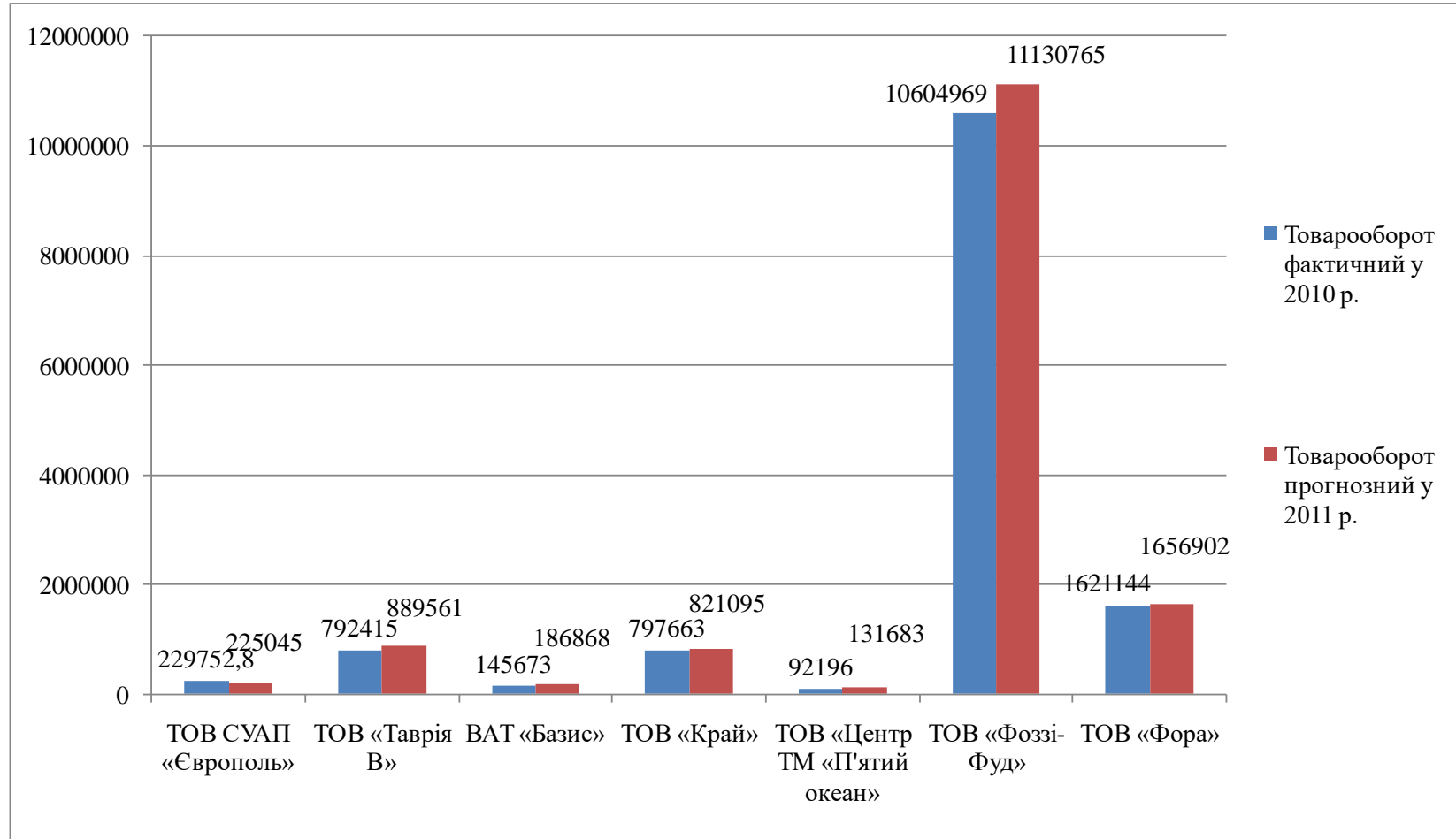


Рис. 3.7. Фактичний і прогнозний обсяги товарообороту за мережними підприємствами роздрібної торгівлі, тис. грн.

ВЗ – середня вартість виробничих запасів за період (рядок (100) активу балансу);

Т – середня вартість товарів за період (рядок (140) активу балансу);

2) розмір наявних фінансових ресурсів визначається за вартісною моделлю оцінки фінансового потенціалу для торговельних підприємств, запропонованою Краснокутською Н.С. [209, с. 135], за наступною формулою:

$$\Phi P_H = GK + \Phi I + (ДЗ + B), \quad (3.18)$$

де GK – середня сума грошових коштів та їх еквівалентів підприємства роздрібною торгівлі за період (рядки (230), (240) активу балансу);

ΦI – фінансові інвестиції, відображені в балансі (рядок (220) активу балансу);

ДЗ – середня величина дебіторської заборгованості за період (рядки (160), (170), (180), (190), (200), (210) активу балансу);

B – середня вартість векселів, одержаних підприємством за період (рядок (150) активу балансу).

Даний алгоритм являє собою відображення саме ресурсної складової інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі та охоплює сформовані і наявні можливості. Саме значення наявних фінансових ресурсів має бути використано під час розрахунку показників ресурсовіддачі.

Авторське уявлення про фінансові ресурси як складової інвестиційного потенціалу згідно рис. 1.3 охоплює не лише сформовані та наявні, але й використані, трансформовані в інші елементи можливості інвестиційного потенціалу підприємства. Величина таких фінансових ресурсів визначається з урахуванням їх ролі в інвестуванні шляхом сумування низки статей пасиву балансу підприємства (із зазначенням коду рядка) за наступним алгоритмом:

$$\Phi P = BK + ДЗ + KBк + KЗт, \quad (3.19)$$

де ВК – середня сума власного капіталу підприємства роздрібної торгівлі за період (підсумок розділу I «Власний капітал», рядок (380) пасиву балансу);

ДЗ – середня сума довгострокових зобов'язань підприємства за період (підсумок розділу III «Довгострокові зобов'язання», рядок (480) пасиву балансу);

КБк – середня сума короткострокових кредитів банку за період (рядок (500) пасиву балансу);

КЗт – кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги за період (рядок (530) пасиву балансу);

3) розмір трудових ресурсів визначається на основі показника фонду оплати праці підприємства роздрібної торгівлі, тому що саме його порівняння з показником товарообороту складає зміст показника ресурсовіддачі. Тобто ресурсовіддача за трудовими ресурсами показує суму товарообороту, яку було отримано на 1 грн. витрат на трудові ресурси підприємства роздрібної торгівлі.

Результати розрахунку показників ресурсовіддачі за матеріальними, фінансовими і трудовими ресурсами мережних підприємств роздрібної торгівлі, які досліджуються, наведені в Додатку I.

Прогнозні значення ресурсів для мережних підприємств роздрібної торгівлі на 2011 р. ($MP_{\text{прогн}}$, $FR_{\text{прогн}}$, $TR_{\text{прогн}}$) розраховуються за формулами (3.11) – (3.13) із прийнятим раніше допущенням, що ресурсовіддача підприємства в прогностному періоді не зміниться ($PB_{2010} = PB_{\text{прогн } 2011}$).

Під час такого розрахунку потрібно взяти до уваги, що величина інвестиційних ресурсів у вартісному вираженні змінюється не однаково, а під впливом різних факторів. Зокрема, на вартість трудових ресурсів впливає зростання мінімального рівня оплати праці, доходність підприємства та/або галузі; на вартість сировини і матеріалів – зміна оптових цін виробників і постачальників; на вартість основних фондів – зміна цін інвестицій в основний капітал (у цілому або за сферою діяльності), інвестицій у капітальні вкладення тощо.

Таким чином, розрахунки величини ресурсів за їх різними видами вимагають відповідного коригування їх прогнозного значення на відповідні індекси. У роботі під час розрахунку прогнозних значень інвестиційних ресурсів пропонується здійснювати коригування за такими напрямками [167; 170; 173]:

- для оборотної складової матеріальних ресурсів – враховувати зміну їх величини під впливом зміни цін виробників;
- для необоротної складової матеріальних ресурсів – враховувати зміну їх величини під впливом зміни цін інвестицій в основний капітал;
- для трудових ресурсів – враховувати зміну їх вартості під впливом зміни середньомісячної заробітної плати в підприємствах роздрібною торгівлі.

Оскільки матеріальні ресурси включають оборотну та необоротну складову, то під час розрахунку їх прогнозованої величини необхідно враховувати структуру матеріальних ресурсів, яка склалася у передпрогнозованому 2010 р.

Потреба підприємств роздрібною торгівлі в матеріальних, фінансових і трудових ресурсах (Π_i) для забезпечення простого та/або розширеного відтворення з урахуванням викладених вище обмежень наведена в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Величина інвестиційних ресурсів (наявність і потреба) за мережними підприємствами роздрібною торгівлі

Показник Підприємство	Фактичне значення ресурсів (2010 р.), тис. грн.			Прогнозне значення ресурсів (2011 р.), тис. грн.		
	мате- ріальних	фінан- сових	трудо- вих	мате- ріальних	фінан- сових	трудо- вих
1	2	3	4	5	6	7
ТОВ СУАП «Європоль»	34007	13805	4589	39334	13522	5301
ТОВ «Таврія В»	1349370	65569	18151	1772439	73607	24031
ВАТ «Базис»	22268,5	9550	10086	33555	12251	15259

Продовження таблиці 3.4

1	2	3	4	5	6	7
ТОВ «Край»	90471	267779	21990	109868	275645	26696
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	7742,5	65144	4553	13109	93044	7669
ТОВ «Фоззі-Фуд»	947526	1277720	178404	1176408	1341069	220832
ТОВ «Укр-Трейд»	185834	71036	30290	223685	72603	36510

Узагальнюючий показник внутрішнього інвестиційного потенціалу мережних підприємств роздрібної торгівлі досліджуваної сукупності визначається на основі індексів співвідношення матеріальних, фінансових і трудових ресурсів (формули (3.2) – (3.4)) за формулою (3.14). Результати розрахунку за мережними підприємствами роздрібної торгівлі наведені в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Узагальнюючий показник внутрішнього інвестиційного потенціалу за мережними підприємствами роздрібної торгівлі

Підприємство	Індекси ресурсів			Значення інтегрального показника
	матеріальних	фінансових	трудо-вих	
ТОВ СУАП «Європоль»	0,86	1,02	0,87	0,91
ТОВ «Таврія В»	0,76	0,89	0,76	0,80
ВАТ «Базис»	0,66	0,78	0,66	0,70
ТОВ «Край»	0,82	0,97	0,82	0,87
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	0,59	0,70	0,59	0,63
ТОВ «Фоззі-Фуд»	0,81	0,95	0,81	0,85
ТОВ «Укр-Трейд»	0,83	0,98	0,83	0,88

Для більшості досліджуваних мережних підприємств роздрібної торгівлі значення індексів інвестиційних ресурсів є меншими за 1, тобто наявні ресурси є менші за потреби в них. Насамперед нестача відзначається за матеріальними і трудовими ресурсами, і в меншому ступені – за фінансовими. Відповідно до запропонованої шкали інтерпретації значень узагальнюючого показника внутрішнього інвестиційного потенціалу відсутність можливостей до простого відтворення спостерігається у більшій мірі для підприємств роздрібної торгівлі ТОВ «Таврія В», ВАТ «Базис» і ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан», і в меншій мірі – для ТОВ «Фоззі-Фуд», ТОВ «Край» і ТОВ «Укр-Трейд», про що свідчить значення узагальнюючого показника $IP < 1$.

Лише у ТОВ СУАП «Європоль» індекс фінансових ресурсів дещо перевищує 1 ($I_{FR} = 1,02$), тобто інвестиційний потенціал підприємства за даною складовою є достатнім для забезпечення простого відтворення. У ТОВ «Край» і ТОВ «Укр-Трейд» індекс фінансових ресурсів наближається до одиниці.

У цілому, для ТОВ СУАП «Європоль» $IP = 0,91$, тобто прагне до 1, що характеризує просте відтворення господарської діяльності та відсутність можливості для розширеного.

Зазначимо, що апробування розробленої методики проводилося з метою виявлення можливостей щодо забезпечення більш ефективного відтворення підприємств роздрібної торгівлі у порівнянні з наявним станом (за показником максимального значення товарообороту на 1 м² торговельної площі за конкурентною групою). Аналогічні розрахунки можна проводити, використовуючи для визначення прогнозного значення інвестиційних ресурсів підприємства роздрібної торгівлі середнє значення товарообороту на 1 м² торговельної площі за конкурентною групою або фактичне значення його товарообороту на 1 м² торговельної площі.

На завершення дослідження необхідно зазначити, що запропоновані в роботі методичні підходи та методики дозволяють провести оцінювання внутрішнього інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі як з

позиції його інвестиційної привабливості, так і достатності й перспективності для простого та/або розширеного відтворення. Відповідні рекомендації враховують формування і використання інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників у конкурентному середовищі. Таке бачення дозволяє проводити обґрунтоване, адекватне сучасним реаліям і специфіці галузевого розвитку оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі різних організаційно-правових форм, форматів, розмів тощо.

ВИСНОВКИ

У монографії здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано нове вирішення наукового завдання, що полягає в обґрунтуванні теоретико-методичних положень та розробці практичного інструментарію оцінки інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі.

1. У результаті дослідження еволюції теорії інвестиційного потенціалу виявлено наявність різних позицій до трактування його сутності та складових. Урахування цих підходів і галузевих особливостей дозволило сформулювати визначення інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі як комплексної системи, що складається з окремих взаємопов'язаних підсистем: інвестиційно-фінансової, управлінської та результуючої, спрямованих на забезпечення цілей простого та/або розширеного відтворення відповідно загальній стратегії розвитку підприємства.

2. Дослідження трансформації підходів до оцінки потенціалу підприємства дало можливість виділити основних її користувачів та обґрунтувати концептуальну модель оцінки інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі на основі виділення двох блоків оцінки, а саме внутрішнього (інвестиційної потужності) та зовнішнього (інвестиційної привабливості) потенціалів, в межах кожного з яких обґрунтовано мету, принципи, методи, критерії, показники та визначено необхідне інформаційне забезпечення процесу оцінки. Застосування цієї моделі дозволяє забезпечити комплексну об'єктивну оцінку наявності та ефективності використання інвестиційного потенціалу відповідно загальній стратегії розвитку торговельного підприємства.

3. За допомогою компаративного аналізу систематизовано існуючі методи оцінки інвестиційного потенціалу підприємства за такими групами: кількісні, якісні, змішані. На основі порівняння їх переваг і недоліків виокремлено методи, які доцільно використовувати під час оцінювання інвестиційного

потенціалу підприємств роздрібно́ї торгівлі (універсальні або розроблені власне для підприємств торгівлі) та методи, які можуть бути умовно використані під час оцінювання (повинні бути доповнені показниками, що враховують галузеву специфіку).

4. Проведене дослідження обумовило необхідність розширення спектру чинників впливу на формування та розвиток інвестиційного потенціалу підприємств роздрібно́ї торгівлі. З метою забезпечення адекватності процедури оцінки систематизовано чинники формування інвестиційного потенціалу підприємств роздрібно́ї торгівлі та доповнено їх класифікацію такими ознаками: «за галузевим впливом» (загальні та галузеві чинники) та «за впливом на складові потенціалу» (чинники, що впливають на інвестиційно-фінансову підсистему; на результуючу підсистему; на управлінську підсистему).

5. Оцінку сприятливості зовнішнього середовища формуванню інвестиційного потенціалу підприємств роздрібно́ї торгівлі запропоновано проводити на основі розробленого науково-методичного підходу, який ґрунтується на розрахунку індексів сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційно-фінансової та результуючої складових інвестиційного потенціалу підприємства роздрібно́ї торгівлі, та формуванні матриці «Ресурси-Можливості». На основі запропоновано підходу здійснено оцінку сприятливості зовнішнього середовища розвитку інвестиційного потенціалу підприємств роздрібно́ї торгівлі за 2001 – 2010 рр. та визначено, що у 2010 р. спостерігалася найкраща ситуація, яка сприяла розвитку інвестиційного потенціалу, як за рахунок інвестиційно-фінансової підсистеми, так і за рахунок можливостей, які формуються зміною реальних доходів населення, ВВП, обсягу виданих кредитів суб'єктам господарювання.

6. Шляхом застосування виділеної з урахуванням вимог збалансованої системи показників та галузевої специфіки роздрібно́ї торгівлі сукупності показників оцінки зовнішньої складової інвестиційного потенціалу підприємств

роздрібної торгівлі за напрямками: ліквідність, фінансова стійкість; рентабельність, ділова активність, визначено особливості стану та розвитку інвестиційного потенціалу 10 роздрібних торговельних мереж формату «супермаркет» з універсальним асортиментом товарів. Встановлено суттєве зниження показників оборотності, зростання рівня фінансового ризику та досить низький рівень прибутковості, що негативно характеризує можливості мережних підприємств роздрібної торгівлі щодо підвищення інвестиційної привабливості.

7. Удосконалено методичний підхід до оцінки рівня розвитку інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі шляхом порівняння його доходу на вкладений капітал із середньогалузевим рівнем. Це дозволяє зробити висновок щодо ступеня привабливості підприємства роздрібної торгівлі у порівнянні з іншими суб'єктами галузі, або даного бізнесу у порівнянні зі спорідненими видами, а також обґрунтувати вибір стратегії розвитку (виживання, стабілізації, зростання), яка є придатною для бізнесу за визначених умов.

8. Оцінювання внутрішнього інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі для забезпечення цілей простого і/або розширеного відтворення запропоновано проводити за допомогою співставлення наявних ресурсів і потреб у них за кожним елементом інвестиційно-фінансової та управлінської підсистеми на основі матриці «Достатність – Перспективність». Обґрунтовано, що оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі за критерієм достатності повинно здійснюватися шляхом визначення розміру потреби в інвестиціях у межах існуючого обсягу товарообороту, а за критерієм перспективності – у межах запланованого збільшення обсягу товарообороту.

9. Імплементация запропонованих методик оцінки показала їх дієвість та відповідність сучасним умовам економічного розвитку та галузевим особливостям діяльності підприємств роздрібної торгівлі. У процесі

імплементатії визначено інвестиційну привабливість торговельного бізнесу для його власників і зовнішніх користувачів; надано рекомендації щодо вибору стратегії розвитку мережних підприємств роздрібної торгівлі на майбутній період; оцінено достатність сформованого інвестиційного потенціалу для забезпечення цілей відтворення з урахуванням його виду і типу; виявлено узагальнюючу оцінку рівня внутрішнього інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гришко В. А. Місце та роль інвестиційно-інноваційного складника в загальному економічному потенціалі підприємства / В. А. Гришко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.6. – С. 185–191.
2. Лукинов И. Аграрный потенциал: исчисление и использование / И. Лукинов, А. Онищенко, Б. Пасхавер // Вопросы экономики. – 1988. – № 1. – С. 12–21.
3. Абалкин Л. И. Диалектика социалистической экономики / Л. И. Абалкин. – М. : Мысль, 1981. – 351 с.
4. Самоукин А. И. Потенциал нематериального производства / А. И. Самоукин. – М. : Знание, 1991. – 19 с.
5. Герасимчук В. Г. Розвиток підприємництва: діагностика, стратегія, ефективність / В. Г. Герасимчук. – К. : Вища школа, 1995. – 267 с.
6. Экономический потенциал развитого социализма / [под ред. Б. М. Мочалова]. – М. : Экономика, 1982. – 325 с.
7. Основы экономического и социального прогнозирования / [под ред. В. Н. Мосина, Д. М. Крука]. – М. : Высшая школа, 1985. – 200 с.
8. Экономическая энциклопедия. Политическая экономия (в 4 томах) // [под ред. А. М. Румянцева]. – М. : Св. энциклопедия, 1980. – Т.4 : Политическая экономия. – 672 с.
9. Фигурнов Э. Потенциал предприятия социалистического общества / Э. Фигурнов // Политическое самообразование. – 1982. – № 1. – С. 5–12.
10. Шевченко Д. К. Проблемы эффективности использования экономического потенциала / Д. К. Шевченко. – Владивосток : Дальневост. ун-т, 1984. – 235 с.
11. Балацкий О. Ф. Экономический потенциал административных и производственных систем : монография / О. Ф. Балацкий, Е. В. Лапин, В. Л. Акуленко. – Сумы : Университетская книга, 2006. – 972 с.

12. Управління потенціалом торговельного підприємства : звіт з НДР (заключний) ; Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі ; керівник проф. Власова Н.О. ; Н. О. Власова, Н. С. Краснокутська, М. А. Дядюк та ін. – № 0106U012033. – Харків, 2009. – 307 с.

13. Лапин Е. В. Оценка экономического потенциала предприятия : монография / Е. В. Лапин. – Сумы : Университетская книга, 2004. – 360 с.

14. Ващенко Н. В. Теоретичні основи формування потенціалу підприємства / Н. В. Ващенко, М. В. Михайленко // Торгівля і ринок України : тем. зб. наук. пр. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – Вип. 31, т. 2. – С. 31–36.

15. Стрелкова Л. В. Экономический потенциал промышленного предприятия : монография / Л. В. Стрелкова, Ю. А. Макушева. – Н. Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2005. – 164 с.

16. Шевченко А. А. Формування та ефективність використання економічного потенціалу підприємств харчової промисловості : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / Шевченко Андрій Анатолійович. – Тернопіль, 2005. – 220 с.

17. Куликов И. С. Повышение эффективности использования экономического потенциала предприятий, производящих хлебобулочные и мучные кондитерские изделия : дисс. ... канд. екон. наук : 08.00.05 / Куликов Илья Сергеевич. – М., 2009. – 167 с.

18. Горяча О. Л. Управління виробничим потенціалом промислових підприємств : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / Горяча Оксана Любомирівна. – К., 2007. – 240 с.

19. Іщук С. О. Виробничий потенціал промислових підприємств: проблеми формування і розвитку : монографія / С. О. Іщук. – Львів : ІРД НАН України, 2006. – 278 с.

20. Журкина Т. А. Производственный потенциал сельскохозяйственных предприятий: оценка состояния, пути восстановления, резервы повышения

эффективности его использования : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Журкина Татьяна Александровна. – Воронеж, 2009. – 220 с.

21. Коциски Д. Стратегічне управління виробничим потенціалом і підвищення конкурентоспроможності підприємства / Д. Коциски, П. Г. Перерва, А. П. Косенко // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Технічний прогрес і ефективність виробництва. – 2010. – № 62. – С. 112–118.

22. Потенціал інноваційного розвитку підприємства : монографія / [під ред. С. М. Козьменка]. – Суми : Ділові перспективи, 2005. – 256 с.

23. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове та логістичне забезпечення : монографія / Н. Чухрай. – Львів : Львівська політехніка, 2002. – 316 с.

24. Єрмошенко М. М. Механізм розвитку інноваційного потенціалу кластерооб'єднаних підприємств : монографія / М. М. Єрмошенко, Л. М. Ганущак-Єфіменко. – К. : Нац. акад. упр., 2010. – 236 с.

25. Горшков Р. К. Инновационно-ресурсный потенциал предприятий промышленности строительных материалов : дис. ... доктора экон. наук : 08.00.05 / Горшков Роман Константинович. – СПб., 2005. – 357 с.

26. Новікова І. В. Інноваційний потенціал підприємства: оцінка та фінансово-інвестиційне забезпечення розвитку (за матеріалами підприємств алмазно-інструментального виробництва України) : дис. ... канд. экон. наук : 08.06.01 / Новікова Ірина Володимирівна. – К., 2003. – 273 с.

27. Горбунов Г. Б. Инновационный потенциал как фактор развития современного предприятия : дисс. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Горбунов Геннадий Борисович. – М., 2006. – 172 с.

28. Экономическая оценка инновационного потенциала / [А. П. Косенко, Д. Косиски, О. И. Маслак и др.] ; под ред. д-ра экон. наук, проф. П. Г. Перервы, д-ра экон. наук, проф. Д. Косиски. – Мишкольц ; Х. : [б. и.], 2010. – 166 с.

29. Джаин И. О. Оценка трудового потенциала : монография / И. О. Джаин. – Сумы : Университетская книга, 2002. – 250 с.

30. Малік М. Й. Кадровий потенціал аграрних підприємств: управлінський аспект : монографія / М. Й. Малік, О. Г. Шпикуляк. – К. : ННЦ «ІАЕ», 2005. – 370 с.
31. Білорус Т. В. Стратегічне управління кадровим потенціалом підприємства : монографія / Т. В. Білорус. – Ірпінь : НАДПСУ, 2007. – 174 с.
32. Берглезова Т. В. Управление ростом кадрового потенциала промышленного предприятия : дисс. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Берглезова Татьяна Викторовна. – М., 2005. – 156 с.
33. Мажинський Р. В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства в умовах ринку : дис. ... канд. экон. наук : 08.06.01 / Мажинський Руслан Володимирович. – Донецьк, 2004. – 315 с.
34. Патрикеева Ю. В. Маркетинговый потенциал как фактор повышения инвестиционной привлекательности машиностроительных предприятий : дисс. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Патрикеева Юлия Владимировна. – Пенза, 2009. – 194 с.
35. Управление маркетинговым потенциалом предприятия : монография / [под общ. ред. проф. Ю. Г. Лысенко, проф. Н. Г. Гузя]. – Донецк : Юго-Восток, Лтд, 2005. – 352 с.
36. Лосева С. А. Финансово-инвестиционный потенциал предприятия и его влияние на управление инвестициями / С. А. Лосева, В. И. Зубкова, А. В. Накивайло // Культура народов Причерноморья. – 2001. – № 20. – С. 34–37.
37. Белова Е. В. Методика оценки финансово-инвестиционного потенциала предприятий АПК / Е. В. Белова, Г. В. Ковальчук // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2010. – № 9 (71). – С. 88–91.
38. Підпригора І. В. Реалізація стратегічного контролінгу на підприємствах залізничного транспорту / І. В. Підпригора // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 33. – С. 206–211.

39. Алескеров Э. Г. Финансово-инвестиционный потенциал в системе общественного воспроизводства : дисс. ... канд. экон. наук : 08.00.01 / Алескеров Энвер Гаджиевич. – М., 2004. – 214 с.

40. Хаустова К. М. Теоретичні засади оцінки інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємства у контексті стратегічного підходу / К. М. Хаустова // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – 2009. – Вип. 19.4. – С. 299–304.

41. Кірдіна О. Г. Аспекти гнучкості інвестиційно-інноваційного потенціалу залізничного транспорту / О. Г. Кірдіна // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 33. – С. 252–255.

42. Гришко В. А. Дослідження чинників інвестиційно-інноваційного потенціалу машинобудівних підприємств / В. А. Гришко // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – 2010. – Вип. 20.1. – С. 190–196.

43. Краснокутська Н. С. Комплексний підхід до визначення ринкового потенціалу торговельного підприємства / Н. С. Краснокутська // Управління економічним потенціалом підприємства : матеріали всеукр. наук.-практ. конф., (Харків, 2008 р.). – Х. : ХДУХТ, 2008. – С. 42–43.

44. Жувагіна І. О. Підходи до визначення сутності інвестиційного потенціалу підприємства / І. О. Жувагіна // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – Дніпропетровськ : ДНУ. – 2009. – Вип. 247, Т. IV. – С. 807–811.

45. Тумусов Ф. С. Стратегия формирования и реализации инвестиционного потенциала региона : монография / Ф. С. Тумусов. – М. : РАГС, 1995. – 270 с.

46. Адрианов В. Д. Россия: экономический и инвестиционный потенциал / В. Д. Адрианов. – М. : Экономика, 1999. – 661 с.

47. Басов А. И. Инвестиционное обеспечение российского рубля / А. И. Басов // Финансы и кредит. – 2003. – № 4. – С. 9–15.

48. Кармов Р. А. Инвестиционный потенциал и социально-экономические

условия его реализации в трансформационной экономике: дисс. ... канд. экон. наук : 08.00.01 / Кармов Рустам Амдулахович. – М., 2007. – 146 с.

49. Хачатуров Т. С. Эффективность капитальных вложений / Т. С. Хачатуров. – М. : Экономика, 1979. – 336 с.

50. Чуб Б. А. Оценка инвестиционного потенциала субъектов российской экономики на мезоуровне / Б. А. Чуб, В. В. Бандурин ; под ред. В. В. Бандурина. – М. : БУКВИЦА, 2001. – 227 с.

51. Дікань Л. В. Сучасні підходи до визначення поняття «інноваційний потенціал» / Л. В. Дікань, Є. В. Колесников // Коммунальное хозяйство городов : науч.-тех. сб. – 2003. – № 52. – С. 84–89.

52. Криворучко О. Н. Становление предпринимательской экономики в России / О. Н. Криворучко, А. А. Зайцев, С. Н. Лобанов. – М. : Экономика, 2000. – 206 с.

53. Катасонов В. Ю. Инвестиционный потенциал экономики: механизмы формирования и использования / В. Ю. Катасонов. – М. : Анкил, 2005. – 328 с.

54. Краснокутська Н. С. Процесний підхід до формування потенціалу торговельних підприємств / Н. С. Краснокутська // Вісник ДонНУЕТ. – 2009. – № 4. – С. 117–124.

55. Довбенко В. І. Потенціал і розвиток підприємства : навч. посібник / В. І. Довбенко, В. М. Мельник. – Львів : Львівська політехніка, 2010. – 232 с.

56. Отенко І. П. Механізм управління потенціалом підприємства / І. П. Отенко, Л. М. Малярець. – Х. : ХГЭУ, 2003. – 220 с.

57. Дорошенко Ю. А. Экономический потенциал территории / Ю. А. Дорошенко. – СПб. : Химия, 1997. – 237 с.

58. Татаркин А. И. Социально-экономический потенциал региона: проблемы оценки, использования и управления / под ред А. И. Татаркина. – Екатеринбург : Уральское отд-е РАН, 1997. – 379 с.

59. Ємельянов О.Ю. Інформаційне забезпечення аналізу інвестиційного потенціалу галузей економіки / О. Ю. Ємельянов, І. З. Крет, О. М. Сегедій //

Вісник НУ “Львівська політехніка”. Сер. Проблеми економіки та управління. – 2003. – № 484. – С. 66–72.

60. Леонов С. В. Інвестиційний потенціал банківської системи: методологія формування та використання: дис. ... доктора екон. наук : 08.00.08 / Леонов Сергій Вячеславович. – Суми, 2009. – 451 с.

61. Покатаєва К. П. Теоретичні аспекти визначення категорій «інвестиційний потенціал» та «інвестиційна привабливість» / К. П. Покатаєва // Коммунальное хозяйство городов : наук.-техн. зб. Сер. Технічні науки. – 2007. – № 75. – С. 262–268.

62. Луців Б. Л. Інвестиційний потенціал банківської системи України / Б. Л. Луців, Т. Б. Стечишин // Фінанси України. – 2009. – № 9. – С. 67–77.

63. Новоселова З. К. Формирование и устойчивое наполнение инвестиционного потенциала предприятий (на примере стойительно-коммунальных структур) : дисс. ... канд. екон. наук : 08.00.05 / Новоселова Зинаида Константиновна. – Новосибирск, 2002. – 193 с.

64. Шулекина Е. Н. Методологические и практические проблемы оценки инвестиционного потенциала предприятия и пути их решения / Е. Н. Шулекина // Инновационное развитие и промышленная политика : сб. материалов II всерос. научно-практ. конф. – Биробиджан : ДВГСГА, 2009 – 143 с.

65. Жувагіна І. О. Інвестиційна стратегія підприємства / І. О. Жувагіна // Современные проблемы и пути их решения науке, транспорте, производстве и образовании : материалы міжнар. наук.–практ. конф., 15-25 грудня 2008 р. – Одеса : Чорноморье, 2008. – Т. 8. Сер. Економіка. – С. 53–54.

66. Жувагіна І. О. Инвестиционная активность предприятий / І. О. Жувагіна, А. Н. Єсипчук // Україна наукова : матеріали V всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., 23-25 квітня. – Київ, 2009. – С. 79–81.

67. Бочаров В. В. Инвестиционный менеджмент / В. В. Бочаров. – СПб. : Питер, 2004. – 162 с.

68. Абыкаев Н. А. Инвестиционный потенциал и оптимизация его

использования в условиях рыночной экономики : дисс. ... доктора экон. наук : 08.00.05 / Абыкаев Нуртай Абыкаевич. – М., 1999. – 351 с.

69. Марголин А. М. Методы государственного регулирования процесса преодоления инвестиционного кризиса в реальном секторе / А. М. Марголин. – М., 1998. – 220 с.

70. Гусаков М. Н. Формирование потенциала инвестиционного развития / М. Н. Гусаков. – М. : Экономика, 1999. – 182 с.

71. Поверенов В. В. Информационный механизм регионального инвестиционного рынка : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Поверенов Владимир Владимирович. – Волгоград, 2003. – 184 с.

72. Інвестування : навч. посіб. / В.М. Гриньова, В.О. Коюда, Т.І. Лепейко, О.П. Коюда ; під заг. ред. В. М. Гриньової. – Х. : Інжек, 2003. – 320 с.

73. Смирнов Ю. А. Факторы инвестиционного потенциала предприятия [Электронный ресурс] / Ю. А. Смирнов. – Режим доступа : <http://pisali.ru/yuriys/47116/>.

74. Жувагіна І. О. Роль інвестиційного потенціалу як складової економічного потенціалу підприємства торгівлі / І. О. Жувагіна, М. В. Чорна // Управління економічним потенціалом підприємства : матеріали всеукр. наук.– практик. конф., 26 вересня. – Харків : ХДУХТ, 2008. – С. 216–217.

75. Цурелин А. В. Формирование и реализация инвестиционного потенциала предпринимательства в сфере производства : автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: теория управления экономическими системами; макроэкономика; экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; управление инновациями; региональная экономика; логистика; экономика труда» / А. В. Цурелин. – М., 2007. – 21 с.

76. Жувагіна І. О. Дефініції поняття «інвестиційний потенціал підприємства» / І. О. Жувагіна // Прогресивна техніка та технології харчових

виробництв, ресторанного та готельного господарства і торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : матеріали міжнарод. наук. – практ. конф., 19 травня. – Харків : ХДУХТ, 2011. – Ч. 3. – С. 77–78.

77. Апопій В. В. Теорія організації та структурна перебудова торгівлі / В. В. Апопій // Вісник КНТЕУ. – 2005. – Спецвипуск 2. – С. 35–38.

78. Трансформаційні процеси в торгівлі України в умовах інтернаціоналізації : монографія / [Л. О. Лігоненко, Г. М. Богославець та ін.] ; за ред. Л. О. Лігоненко. – К. : КНТЕУ, 2009. – 334 с.

79. Внутрішня торгівля в Україні: економічні умови ефективного розвитку : монографія / [А. А. Мазаракі, І. О. Бланк, Л. О. Лігоненко та ін.] ; за ред. А. А. Мазаракі. – К. : КНТЕУ, 2006. – 195 с.

80. Чорна М. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібною торгівлі: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій : монографія / М. В. Чорна. – Х. : ХДУХТ, 2010. – 426 с.

81. Балабанова Л. В. Управління реалізацією стратегій підприємства: маркетинговий підхід : монографія / Л. В. Балабанова, І. С. Фоломкіна. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. – 402 с.

82. Берман Б. Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Эванс Дж. ; [пер. с англ.] ; 8-е изд. – М. : Вильямс, 2008. – 1184 с.

83. Леви М. Основы розничной торговли / Майкл Леви, Бартон А. Вейтц. – СПб. : Питер, 2001. – 448 с.

84. Роздрібна торгівля у ХХІ столітті. Теперішні і майбутні тренди / під ред. М. К. Мантрола, М. Краффта ; [пер. з англ. під ред. Л. Савицької]. – К. : Видавництво Олексія Капусти, 2008. – 462 с.

85. Жувагіна І. О. Системний підхід до формування інвестиційного потенціалу підприємства / І. О. Жувагіна // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. / Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі ; [редкол. : О. І. Черевко (відпов. ред.) та ін.]. – Харків, 2009. – Вип. 1 (9). – С. 480–487.

86. Жувагіна І. О. Інноваційна діяльність як складова інвестиційної діяльності / І. О. Жувагіна, Ю. А. Волошенко, І. Р. Пашків // Вчені записки Харківського інституту управління / Відп. ред. Т. Є. Кузнєцова. – Харків : ХІУ, 2010. – Вип. 28.– С. 235–238.
87. Чорна М. В. Проектний аналіз : навч. посібник / М. В. Чорна. – Х. : Консум, 2003. – 228 с.
88. Плетень Ю. І. Організація і управління інвестиційною діяльністю підприємств харчової промисловості : монографія / Ю. І. Плетень, Н. В. Ващенко. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – 177 с.
89. Большой экономический словарь / [под ред. А. Н. Азриэляна]. – М. : Институт новой экономики, 1997. – 864 с.
90. Гуияр Ф. Ж. Преобразование организации / Ф. Ж. Гуияр, Дж. Н. Келли ; [пер. с англ.]. – М. : Дело, 2000. – 376 с.
91. Верба В. А. Проблеми ідентифікації компетенцій підприємства / В. А. Верба, О. М. Гребешкова // Проблеми науки. – 2004. – № 7. – С. 23–28.
92. Чекалов Д. А. Новейший философский словарь / Д. А. Чекалов, В. Н. Копорулина, В. Кондрашов. – М. : Феникс, 2008. – 668 с.
93. Молчанов І. М. Філософія : підручник / І. М. Молчанов, В. С. Зубов, Ю. В. Осічнюк ; за заг.ред. Ю. В. Осічнюка. – К. : Атика, 2003. – 464 с.
94. Інвестиційний менеджмент : підручник / [В. М.Гриньова, В. О. Коюда, Т. І. Лепейко та ін.]. – Х. : Інжек, 2011. – 544 с.
95. Трофімчук О. Р. Управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / О. Р. Трофімчук. – Львів, 2008. – 22 с.
96. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) : учеб. пособие / [под ред. Н. А. Абдуллаева]. – М. : ЭКМОС, 2000. – 352 с.
97. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / [А. Г. Грязнова, М. А. Федотова, М. А. Эскиндаров и др.]. – М. : ИНТЕРРЕКЛАМА, 2003. –

544 с.

98. Чеботарев Н. Ф. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) : учеб. / Н. Ф. Чеботарев. – М. : Дашков и Ко, 2009. – 256 с.

99. Оценка бизнеса : сборник заданий / [сост. В. Шитулин]. – М. : Академия бизнеса «Эрнст энд Янг», 2006. – 65 с.

100. Copeland Th. Valuation: measuring, and managing the value of companies / Thomas Copeland, Tim Koller, Jack Murrin ; [Third Edition]. – New York : McKinsey & Company, Inc., 2000. – 492 p.

101. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / [под ред. А. Г. Грязновой, М. А. Федотовой]. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 512 с.

102. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. / О. С. Федонін, І. М. Рєпіна, О. І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2003. – 316 с.

103. Жувагіна І. О. Основні компоненти процесу оцінки інвестиційного потенціалу підприємства / І. О. Жувагіна // Сучасні проблеми ефективності інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств : матеріали II міжнарод. наук. – практ. конф., 25-26 листопада. – Харків : ХДТУБА, 2010. – Ч. 2. – С. 86–88.

104. Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні : Закон України // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001, № 47, ст. 251.

105. Рутгайзер В. М. Оценка стоимости бизнеса / В. М. Рутгайзер. – М. : Маросейка, 2007. – 448 с.

106. Дідух С. М. Принципи побудови системи оцінки інвестиційного потенціалу підприємств [Електронний ресурс] / С. М. Дідух // Електронне фахове видання «Ефективна економіка». – 2009. – № 3. – С. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/index.php?operation=1&iid=48>.

107. Перминов А. Основные методологические принципы оценки инвестиционной привлекательности проектов [Электронный ресурс] / А. Перминов – Режим доступа : <http://www.master-effect.biz/index.php?id=95>.

108. Головова Л. С. Методические проблемы измерения потенциала

предприятия / Л. С. Головкова // Фондовый рынок. – 2007. – № 35. – С. 32–36.

109. Гончарова Е. В. Активизация инновационной деятельности промышленных предприятий для повышения их конкурентоспособности : дисс. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Гончарова Екатерина Валерьевна. – М., 2008. – 140 с.

110. Жувагіна І. О. Методологічні засади оцінки інвестиційного потенціалу торговельного підприємства / І. О. Жувагіна // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. праць / Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі; [редкол.: О.І. Черевко (відпов. ред.) та ін.]. – Харків, 2011. – Вип. 1 (13). – С. 430–437.

111. Параконный А. В. Классификация методов оценки экономического потенциала предприятия / А. В. Параконный, С. В. Параконный // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля : зб. наук. праць. – 2006. – № 4 (98), Ч. 1. – С. 174–178.

112. Бойчук Р. М. Управління формуванням та використанням інвестиційного потенціалу промислових підприємств : дис. ... канд. экон. наук : 08.06.01 / Бойчук Руслан Мирославович. – Л., 2003. – 175 с.

113. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник / З. Є. Шершньова. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.

114. 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.

115. Калініченко З. Методика оцінки інвестиційного потенціалу інтегрованих підприємств / З. Калініченко // Економічний аналіз. – 2010. – Вип. 7. – С. 273–276.

116. Гречина І. В. Оцінка інвестиційної привабливості торговельних підприємств : монографія / І. В. Гречина, П. М. Сухарев. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. – 417 с.

117. Матвеева Н. Диверсификация корпоративных структур предприятий и их инвестиционная привлекательность / Н. Матвеева // Общество и экономика. – 2008. – № 10 – 11. – С. 84–112.

118. Прибыткова Г. В. Интегральная оценка финансового состояния и инвестиционной привлекательности организаций региона / Г. В. Прибыткова // Вопросы статистики. – 2008. – № 11. – С. 14–16.

119. Староверова Е. Н. Моделирование комплексного показателя инвестиционной привлекательности предприятия / Е. Н. Староверова // Качество. Инновации. Образование. – 2007. – № 7 (29). – С. 30–36.

120. Джурбаева Г. К. Методология оценки инвестиционной привлекательности промышленного предприятия / Г. К. Джурбаева // Известия УГЭУ. – 2005. – № 10. – С. 64–72.

121. Панков С. А. Аналитические подходы к оценке инвестиционной привлекательности предприятия / С. А. Панков // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 2, Т.3. – С. 65–68.

122. Дідух С. М. Загальний алгоритм інтегральної оцінки інвестиційного потенціалу підприємства [Електронний ресурс] / С. М. Дідух. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/27_NII_2010/Economics/71837.doc.htm.

123. Матрус И. В. Методика оценки инвестиционного развития коксохимического предприятия: структурный подход / И. В. Матрус // Економічний простір. – 2009. – № 23/2. – С. 228–235.

124. Гатауллин Р. А. Формирование экономического потенциала машиностроительного комплекса посредством инвестиций : автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: теория управления экономическими системами; макроэкономика; экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; управление инновациями; региональная экономика; логистика; экономика труда» / Р. А. Гатауллин – Ижевск, 2007. – 22 с.

125. Полумисков М. Л. Разработка экономико-математической модели и инструментария оценки инвестиционной привлекательности золотодобывающего предприятия: дисс. ... канд. экон. наук : 08.00.13 / Полумисков Михаил Леонидович. – М., 2010. – 114 с.

126. Зайцева Н. Как оценить инвестиционную привлекательность? / Н. Зайцева // Банки и деловой мир. – 2007. – № 12. – С. 27–30.

127. Философский энциклопедический словарь / [сост. Е. С. Губский, Г. В. Кораблев, В. А. Лутченко]. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 576 с.

128. Философский энциклопедический словарь / [ред.-сост. Е. Ф. Губский и др.]. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 570 с.

129. Савченко В. Н. Начала современного естествознания : тезаурус / В. Н. Савченко, В. П. Смагин. – Ростов н/Д. : Феникс, 2006. – 336 с.

130. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 336 с.

131. Добыкина Е. К. Оценка эффективности инвестиционных проектов с использованием графоаналитического метода «квадрат потенциала» / Е. К. Добыкина, М. Н. Яковенко, Е. В. Латышева // Вестник Донбасской государственной машиностроительной академии : сб. науч. трудов. – Краматорск : ДГМА, 2008. – № 1 (11). – С. 227–233.

132. Михайленко Т. Б. Методические подходы к оценке экономического потенциала предприятия [Электронный ресурс] / Т. Б. Михайленко, Я. В. Кузнецова. – Режим доступа : http://www.rusnauka.com/5_PNW_2010/Economics/59462.doc.htm.

133. Яремчук Н. С. Інвестиційний потенціал: теоретичні основи формування / Н. С. Яремчук // Вісник Львівської державної фінансової академії. – 2010. – № 18. – С. 225–231.

134. Гирина О. Б. Моделирование структуры инвестиционного потенциала предприятия / О. Б. Гирина, В. В. Степанов // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. – 2011. – № 34. – С. 199–221.

135. Пахомов В. А. Инвестиционная привлекательность предприятий – исполнителей контрактов как экономической категории [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/bandurin/article/sbrn08/16.shtml>.

136. Верхогляд Ю. І. Важливість вимірювання інвестиційного потенціалу підприємств харчової промисловості в сучасних умовах [Електронний ресурс] / Ю. І. Верхогляд. – Режим доступа : http://www.rusnauka.com/13_EISN_2009/Economics/45500.doc.htm-2009.

137. Андріанов Ю. Сутність поняття "інвестиційний потенціал машинобудівного підприємства" і фактори, які на нього впливають / Ю. Андріанов // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Сер. Логістика. – 2008. – № 23. – С. 3–7.

138. Боярко І. М. Оцінка інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання / І. М. Боярко // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 7. – С. 90–99.

139. Галиева Р. Р. Методика оценки потребительского рынка и прогнозирования розничного товарооборота торгового предприятия / Р. Р. Галиева, В. М. Тимирьянова // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 3 (27). Экономика, управление и учет на предприятии. – С. 265–270.

140. Анищенко Ю. А. Оценка инвестиционной привлекательности отечественных предприятий / Ю. А. Анищенко // Экономика и эффективность организации производства : сб. науч. трудов по итогам междуар. науч.-техн. конф. – Брянск : БГИТА, 2008. – Вып. 9. – 275 с.

141. Методика проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій : [затверджена Наказом Агентства з питань запобігання банкрутства підприємств та організацій від 27 червня 1997 р. № 81, зареєстрована в Міністерстві юстиції України 5 серпня 1997 року за № 288/2092].

142. Калініченко З. Методика оцінки інвестиційного потенціалу інтегрованих підприємств / З. Калініченко // Економічний аналіз. – 2010. –

Вип. 7. – С. 273–276.

143. Гришко В. А. Оцінювання поточного та стратегічного рівня інвестиційного потенціалу машинобудівних підприємств / В. А. Гришко, О. Ю. Ємельянов., І. З Крет // Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Проблеми економіки та управління. – 2010. – Вип. № 683. – С. 210–215.

144. Андріанов Ю. О. Інвестиційний потенціал машинобудівних підприємств: поняття, класифікації, методичні рекомендації // Ю. О. Андріанов // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Проблеми економіки та управління. – 2008. – № 611. – С. 41–47.

145. Боліновська Н. Я. Інвестиційна привабливість та ефективність відтворення потенціалу торговельного підприємства : автореф. дис... на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності» / Н. Я. Боліновська. – Львів, 2008. – 19 с.

146. Москаленко А. А. Организационно-экономический механизм повышения эффективности формирования ресурсного потенциала предприятий розничной торговли : дисс. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Москаленко Андрей Анатольевич. – М., 2002. – 150 с.

147. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій : [затв. наказом Агентства з питань запобігання банкрутству № 22 від 23.11.1998 р.] // Державний інформаційний бюлетень про приватизацію. – 1998. – № 7. – С. 18–28.

148. Виноградова О. В. Оцінка ефективності інвестування в малий бізнес / О. В. Виноградова, І. М. Фабрая // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – К., 2005. – Вип. 47. – С. 129–142.

149. Макух Т. О. Інвестиційний потенціал як фактор підвищення ефективності використання фінансових ресурсів / Т. О. Макух // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування.

Сер. Економіка : зб. наук. пр. – 2008. – Вип. 1 (41). – С. 175–186.

150. Жувагіна І. О. Концептуальна модель оцінки інвестиційного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі / І. О. Жувагіна // Схід. – Донбас, 2011. – № 5(112). – С. 24–30.

151. Литюга Ю. В. Інвестиційний потенціал підприємства: формування та розвиток (за матеріалами хімічних підприємств України) : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Литюга Юлія Володимирівна. – К., 2009. – 167 с.

152. Пилюшенко В. Л. Методологические аспекты оценки инвестиционного потенциала предприятий / В. Л. Пилюшенко, И. В. Шкробак // Менеджер. – 2000. – № 5. – С. 107–112.

153. Нефьодова Ю. В. Визначення теоретичних засад характеристики інвестиційного середовища / Ю. В. Нефьодова // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. праць. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. – Вип. 29. – С. 432–440.

154. Галушак В. Л. Фактори зростання інвестиційних можливостей регіонів / В. Л. Галушак // Економічні науки. Сер. Облік і фінанси : зб. наук. праць. – Луцьк : ЛДТУ, 2007. – Вип. 4 (16). – Ч. 1. – С. 56–65.

155. Романова Т. В. Теоретико-методологічні засади оцінки інвестиційного потенціалу регіонів / Т. В. Романова // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Сер. Економічні науки : зб. наук. пр. – Черкаси : ЧДТУ, 2009. – № 24. – Ч. 1. – С. 209–212.

156. Гурова В. О. Проблеми менеджменту інвестиційної діяльності в Україні / В. О. Гурова, Р. С. Валітов // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2010. – Вип. IV (40). – С. 101–108.

157. Чуб Б. А. Оценка инвестиционного потенциала субъектов российской экономики на мезоуровне : монография / Б. А. Чуб, В. В. Бандурин ; под ред. д.э.н. В. В. Бандурина. – М. : БУКВИЦА, 2001. – 227 с.

158. Гавриш В. П. Методичні основи формування інвестиційного потенціалу підприємства / В. П. Гавриш, Л. Г. Гулько, Т. П. Драганова // Інвестиційні пріоритети епохи глобалізації: вплив на національну економіку та

окремий бізнес : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., 7-8 жовт. 2010 р. – Д. : Біла К.О., 2010. – Т. 3 . Інвестиції та інновації. – С. 11–15.

159. Власова Н. О. Ефективність політики фінансування необоротних активів підприємств торгівлі : монографія / Н. О. Власова, М. В. Чорна, С. О. Зубков. – Х. : ХДУХТ, 2008. – 267 с.

160. Власова Н. О. Формування оптимальної структури капіталу в підприємствах роздрібно́ї торгівлі / Н. О. Власова, Л. І. Безгінова – Х. : ХДУХТ, 2006. – 160 с.

161. Жувагіна І. О. Формування інвестиційних можливостей підприємства за умов конкурентного середовища / І. О. Жувагіна // Соціально-економічні аспекти розвитку України в умовах конкурентного середовища : матеріали всеукр. наук.-практ. конф., 8-6 квітня, м. Первомайськ. – Харків : ХДУХТ, 2010. – С. 70–71.

162. Маковоз О. С. Оцінка економічного потенціалу підприємств роздрібно́ї торгівлі : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Маковоз Ольга Сергіївна. – Х., 2009. – 270 с.

163. Замминистра финансов : Налоги в Украине не выше, чем в Европе [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://news.finance.ua/ru/~1/0/all/2010/05/16/197025>.

164. Статистичний щорічник України 2007 : статистичний збірник / Державний комітет статистики України. – К., 2008. – 572 с.

165. Статистичний щорічник України 2008 : статистичний збірник / Державний комітет статистики України. – К., 2009. – 567 с.

166. Статистичний щорічник України 2009 : статистичний збірник / Державний комітет статистики України. – К., 2010. – 567 с.

167. Україна у цифрах 2010 : статистичний збірник / Державний комітет статистики України. – К., 2011. – 252 с.

168. Ціни і тарифи [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу :

http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/cit.htm.

169. Зовнішньоекономічна діяльність [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm.

170. Інвестиції та будівельна діяльність [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ibd.htm.

171. Жувагіна І. О. Роль іноземних інвестицій в економіці країни / І. О. Жувагіна // Сучасні наукові досягнення – 2008 : матеріали всеукр. наук.–практ. конф., 29-30 листопада 2008 р. : зб. матер. всеукр. наук.–практ. конф. в 3-х т. – Миколаїв : НУК, 2008. – Т. 1. – С. 98–100.

172. Жувагіна І. О. Деякі аспекти щодо ефективної інвестиційної політики підприємства в умовах сьогодення / І. О. Жувагіна // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. / Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі ; [редкол. : О. І. Черевко (відпов. ред.) та ін.]. – Харків, 2010. – Вип. 1 (11). – С. 209–216.

173. Роздрібна торгівля України у 2000 – 2010 роках : статистичний збірник / Державна служба статистики України. – К., 2011. – 191с.

174. Національні рахунки [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/nac_r.htm.

175. Споживчий ринок [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/spr.htm.

176. Жувагіна І. О. Аналіз розвитку спільного інвестування в Україні / І. О. Жувагіна, Є. В. Смірнов, М. С. Кулікова // Вчені записки Харківського інституту управління / Відп. ред. Т. Є. Кузнецова.– Харків : ХІУ, 2010. – Вип. 28. – С. 232–235.

177. Діяльність суб'єктів господарювання 2009 : статистичний збірник / Державний комітет статистики України. – К. : Держаналітінформ, 2010. – 424 с.

178. Діяльність підприємств – суб'єктів господарської діяльності 2008 : статистичний збірник / Державний комітет статистики України. – К. : Держаналітінформ, 2009. – 313 с.

179. Фінанси [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/fin.htm.

180. Показники Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України (станом на 1 січня 2009 року) : статистичний бюлетень / Державний комітет статистики України. – К., 2009. – 51 с.

181. Показники Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України (ЄДРПОУ) на 1 січня 2010 року : експрес-випуск / Державний комітет статистики України. – К., 2010. – 16 с.

182. Показники Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України (ЄДРПОУ) на 1 січня 2011 року : експрес-випуск / Державна служба статистики України. – К., 2011. – 16 с.

183. Показники Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України (ЄДРПОУ) на 1 липня 2011 року : експрес-випуск / Державна служба статистики України. – К., 2011. – 16 с.

185. Жувагіна І. О. Вплив фінансової кризи на інвестиційну привабливість вітчизняного ритейлу / І. О. Жувагіна, М. В. Чорна // Економічні проблеми розвитку промисловості України : матеріали IV наук.–практ. конф., 14-15 жовтня 2010 р., м. Первомайськ / зб. наук. пр. – Первомайськ : ППІ НУК ім. адм. Макарова, 2010. – С. 54–57.

186. Колчкова О. В. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку : дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Колчкова Ольга В'ячеславівна. – Х., 2011. – 194 с.

187. Кубышкин И. Использование финансового анализа для управления

компанией / И. Кубышкин // Финансовый директор. – 2005. – № 4. – С. 17–20.

188. Жувагіна І. О. Складові процесу оцінки інвестиційного потенціалу торговельних підприємств / І. О. Жувагіна // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. / Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі ; [редкол. : О. І. Черевко (відпов. ред.) та ін.]. – Харків : ХДУХТ, 2010. – Вип. 2 (12). – С. 316–321.

189. Нивен П. Р. Сбалансированная система показателей / Пол Р. Нивен ; [пер. с англ.]; под ред. О. Б. Максимовой. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2005. – 336 с.

190. Гайдар С. М. Оцінка фінансової стійкості підприємств роздрібною торгівлі : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Гайдар Сергій Михайлович. – Х., 2009. – 294 с.

191. Виноградова О. В. Оценка эффективности инвестирования в малый бизнес / О. В. Виноградова, И. М. Фабрая // Актуальные проблемы международных отношений.– К. : КНУ им. Т. Шевченко ИМО, 2005. – Вип. 47. – С.129–142.

192. Жувагіна І. О. Інвестиції та економіка України // Україна наукова : матеріали ІV всеукр. наук.–практ. інтерн.–конф., 24-26 квітня. – Київ, 2008. – Ч. 1. – С. 47–48.

193. Жувагіна І. О. Оцінювання внутрішнього інвестиційного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі / І. О. Жувагіна // Проблеми управління підприємствами торгівлі та готельно-ресторанного бізнесу в умовах інноваційного розвитку : матеріали міжнарод. наук. – практик. конф., 19 жовтня.– Харків : ХДУХТ, 2011. – Ч. 3. – С. 77–78.

194. Шеремет А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности / А. Д. Шеремет. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 416 с.

195. Методы расчета аналитических показателей: рентабельность активов и продаж [Электронный ресурс] // Бух.1С : интернет-ресурс для бухгалтеров. – Режим доступа : <http://www.buh.ru/document-1664>.

196. Магомедов А. М. О методике расчета рентабельности [Электронный ресурс] / А. М. Магомедов // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2011. – № 7 (31). – С. 218-231. – Режим доступа : <http://www.uecs.ru>.

197. Кольцова И. В. Практика финансовой диагностики и оценки проектов / И. В. Кольцова, Д. А. Рябых. – М. : Вильямс, 2007. – 416 с.

198. Пятов М. Л. Бухгалтерский учет для принятия управленческих решений / М. Л. Пятов – М. : 1С-Публишинг, 2009. – 268 с.

199. Ионова А. Ф. Финансовый анализ / А. Ф. Ионова, Н. Н. Селезнева. – М. : Велби, 2006. – 624 с.

200. Грищенко Ю. И. Инфляция: оценка влияния на финансовые результаты компании / Ю. И. Грищенко // Справочник экономиста. – 2011. – № 3 (93). – С. 14–20.

201. Ямапроне Р. Основные экономические индикаторы / Ричард Э. Ямароне ; [пер с англ.]. – М. : Омега-Л, 2007. – 320 с.

202. Агеев В. М. Система экономических отношений в России / В. М. Агеев, В. Н. Щербаков ; под ред. В. Н. Щербакова ; Моск. гос. соц. ун-т, Ин-т экономики. – М. : МГСУ, 1999. – 449 с.

203. Відтворення основних і оборотних коштів / [М. Герасимчук, В. Бурлака, І. Галиця та ін.]. – К. : Інститут економіки НАН України, 2002. – 207 с.

204. Колеснік Я. В. Відтворення основних засобів: види, форма та джерела фінансування [Електронний ресурс] / Я. В. Колеснік // Вісник Дніпропетровської державної фінансової академії. Економічні науки. – 2009. – № 2. – С. 130–133. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vddfa/2009_2/Kolesnik.pdf.

205. Жувагіна І. О. Методологічні засади оцінки інвестиційного потенціалу підприємств / І. О. Жувагіна // Економіка і управління у

промисловості : зб. наук. пр. / Національна металургійна академія України. – Дніпропетровськ : НМетАУ, 2010. – С. 145–146.

206. Денисюк О. Г. Відтворення майнового потенціалу суб'єктів господарювання АПК / О. Г. Денисюк // Вісник ЖДТУ. Сер. Економічні науки. – 2010. – № 2 (52). – С. 240–244.

207. Иванов А. П. Принципы и факторы определения инвестиционного рейтинга предприятий / А. П. Иванов, И. В. Сахарова, Е. Ю. Хрусталеv // Консультант директора. – 2005. – № 12. – С. 31–36.

208. Общая теория статистики. Статистическая методология в изучении коммерческой деятельности: учебник / [под ред. О. Э. Башиной, А. А. Спирина]. 5-е изд., доп. и перераб. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 440 с.

209. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: теорія та методологія дослідження: монографія / Н. С. Краснокутська. – Х. : ХДУХТ, 2010. – 247 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1

Підходи до сутності категорії «потенціал підприємства»

Автор	Зміст поняття
Потенціал – як сукупність наявних ресурсів	
І.М. Лукінов, О.В. Оніщенко, Б.І. Пасхавер [2, С. 12]	Потенціал – це кількість і якість ресурсів, які має в своєму розпорядженні економічна система
Л.І. Абалкін [3]	Потенціал є узагальненою характеристикою ресурсів
Потенціал – як результат відносин між суб'єктами господарської діяльності	
Л.І. Самоукін [4, С. 5]	Потенціал необхідно розглядати у взаємозв'язку з властивою кожній суспільно-економічній формації системою виробничих відносин, що виникають між окремими працівниками, трудовими колективами, а також управлінським апаратом підприємства, організації, галузей народного господарства з приводу повного використання їх здібностей до створення матеріальних благ і послуг
В.Г. Герасимчук [5]	Потенціал є сукупністю власне виробничого потенціалу підприємства та потенціалу його управління
Потенціал як здатність	
Б.М. Мочалов [6, С. 7], В.М. Мосін, Д.М. Крук [7, С. 82]	Потенціал – це сукупна здатність галузей народного господарства виробляти продукцію, здійснювати будівництво, перевозити вантажі, надавати послуги населенню
А.М. Румянцев [8]	Потенціал – сукупна здатність галузей народного господарства виконувати виробничу функцію
Е.Б. Фігурнов [9, С. 38]	Потенціал характеризує ресурси виробництва, кількісні та якісні параметри яких визначають максимальні можливості з виробництва матеріальних благ
Д.К. Шевченко [10, С. 17]	Потенціал – це сукупність виробничих ресурсів, об'єднаних у процесі виробництва, що володіють певними потенціальними можливостями з виробництва матеріальних благ і послуг
Потенціал – як сукупність можливостей формувати і задовольняти потреби	
О.Ф. Балацький, Є.В. Лапін, В.Л. Акуленко [11, С. 531-532]	«...під потенціалом слід розуміти сукупні можливості суспільства формувати і максимально задовольняти потреби в товарах і послугах на основі оптимального використання наявних економічних ресурсів в умовах конкретних соціально-економічних відносин». Відповідно, потенціал – це «...сукупні можливості підприємства визначати, формувати і максимально задовольняти споживачів у товарах і послугах в процесі оптимальної взаємодії з навколишнім середовищем і раціонального використання економічних ресурсів».

Додаток Б

Таблиця Б.1

Дефініції поняття «інвестиційний потенціал підприємства» в науковій літературі

Автор	Зміст поняття
1	2
Лапін Є.В. [13]	Інвестиційний потенціал характеризується здатністю підприємства формувати власні й позикові інвестиційні ресурси
Кармов Р.А. [48]	Інвестиційний потенціал характеризує (можливість) здатність економічного суб'єкта реалізувати деякий інвестиційний проект без використання позикового капіталу Інвестиційний потенціал – це сукупність власних ресурсів, які призначені для накопичення і дозволяють досягти очікуваного результату від їх використання.
Катаконов В.Ю. [53]	Інвестиційний потенціал підприємства є максимально можливою сукупністю усіх власних ресурсів (фінансових, науково-технічних, кадрових), накопичених у результаті попередньої господарської діяльності підприємства, які можна використовувати для інвестиційної діяльності у формі капітальних вкладень
В. І. Довбенко, В. М. Мельник [55, с.20]	Інвестиційний потенціал – це наявні і приховані можливості підприємства щодо простого і розширеного відтворення
Ємельянов О.Ю., Сегедій О.М. [59]	Інвестиційний потенціал як сукупність фінансових і інвестиційних ресурсів підприємства, які дозволяють йому здійснювати ефективну інвестиційну діяльність, спрямовану на забезпечення його ефективної та стійкої господарської діяльності
Покатаєва К.П. [61, с.264]	Інвестиційний потенціал виступає характеристикою спроможності підприємства щодо інвестування Інвестиційний потенціал підприємства є організованою сукупністю наявних економічних ресурсів, що перебувають у системній єдності, а також зумовлених ними, за сучасного рівня розвитку, можливостей щодо мобілізації внутрішніх і зовнішніх інвестиційних коштів для реалізації стратегічних та тактичних цілей підприємства через механізм інвестування
Луців Б.Л. [62]	Інвестиційний потенціал визначає сукупну здатність підприємства здійснювати інвестиційну діяльність, причому ступінь інвестиційної активності й ефективність інвестування детермінуються рівнем (або величиною) та мірою використання цього потенціалу.
Новосьолова З.К. [63, с.9]	Інвестиційний потенціал – це сукупність різних видів ресурсів, що визначають можливості залучення та освоєння отриманих інвестицій
Бочаров В.В. [67]	Інвестиційний потенціал – це джерела для майбутнього інвестування

Продовження таблиці Б.1

1	2
Марголин А.М. [69], Гусаков М.Н. [70]	Інвестиційний потенціал – це певним чином упорядкована сукупність інвестиційних ресурсів, що дозволяють добитися ефекту синергізму при їх використанні
Коюда В.О. [72, с. 115]	Інвестиційний потенціал визначає можливість підприємства вкладати кошти (капітал) у матеріально-речовинні й особисті фактори виробництва для забезпечення умов нормального відтворення і (чи) одержання очікуваного прибутку на підприємстві
Смірнов Ю.А. [73]	Інвестиційний потенціал підприємства – це здатність реалізувати комплекс інвестиційних заходів щодо генерування додаткових фінансових потоків за рахунок мобілізації наявних ресурсів з метою підвищення вартості об'єкта інвестування, також вони використовуються для створення інвестиційних портфельів, здійснення інвестиційних проектів або окремих інвестиційних операцій
	Інвестиційний потенціал – це можливість підприємства інвестувати у свій власний розвиток, купуючи різні активи і створюючи цією дією додатковий фінансовий потік
Верхогляд Ю.І. [136]	Інвестиційний потенціал – це сукупність наявних матеріальних та нематеріальних, трудових та організаційно-управлінських ресурсів підприємства, що характеризують його спроможність прийняти та освоїти інвестиційні кошти
Литюга Ю. В. [151]	Інвестиційний потенціал визначає спроможність підприємства здійснювати інвестиційну діяльність за рахунок власних і позикових коштів при умові їх ефективного функціонування
Пилушенко В.Л., Шкробак И.В. [152]	Інвестиційний потенціал – це впорядкована сукупність інвестиційних ресурсів

Додаток В

Таблиця В.1

Принципи вартісної оцінки інвестиційного потенціалу підприємства *

Група	Назва принципу	Зміст
1	2	3
Принципи, засновані на уявленнях користувача	Принцип корисності	Підприємство має вартість лише в тому випадку, якщо воно може бути корисно власнику (інвестору), тобто здатне задовольняти будь-які потреби власника.
	Принцип заміщення	Максимальна вартість ресурсу визначається найменшою ціною, за якою може бути придбаний інший ресурс з еквівалентною корисністю.
	Принцип очікування (передбачення)	Вартість підприємства залежить від прибутку (доходу або іншої вигоди), який може бути отриманий від використання інвестиційного потенціалу підприємства в майбутньому
Принципи, пов'язані з експлуатацією власності	Принцип залишкової продуктивності	Залишкова продуктивність може бути результатом того, що земля, на якій розташовано підприємство, дає можливість користувачу отримувати максимальні доходи або до межі зменшувати витрати. Інвестиційний потенціал може бути оцінений вище, якщо земельна ділянка дозволяє забезпечити більш високий дохід або її розташування дозволяє мінімізувати витрати.
	Принцип внеску	Включення будь-якого додаткового фактору в інвестиційний потенціал економічно доцільно, якщо одержуваний приріст корисності перевищує витрати на придбання цього фактору. Зазначений приріст корисності є внеском.
	Принцип збалансованості	Максимальний дохід від інвестиційного потенціалу підприємства можна одержати при дотриманні оптимальних величин усіх його складових. Зміна того або іншого фактору приведе до зміни вартості об'єкта оцінки.
	Принцип зростаючих і зменшуваних доходів (граничної продуктивності)	У міру додавання ресурсів до основних факторів виробництва чисті доходи будуть збільшуватися більш швидкими темпами в порівнянні з темпами росту витрат аж до тієї крапки, починаючи з якої загальні доходи хоча й зростатимуть, але уповільненими темпами. Це уповільнення відбувається доти, поки приріст вартості не стане менше, ніж витрати на додані ресурси.
	Принцип економічної величини	Оптимальний характерний розмір об'єкта оцінки найкращим способом відповідає ринковим перевагам, що переважають на даному ринку. Відхилення від економічного розміру приводить до зниження інвестиційної привабливості підприємства.
	Принцип економічного поділу	При можливості, майнові права на інвестиційні ресурси потрібно розділяти й з'єднувати таким чином, щоб збільшити загальну вартість об'єкта.

Продовження таблиці В.1

1	2	3
Принципи, пов'язані з дією ринкового середовища	Принцип попиту та пропозиції	Ціна перебуває в прямій залежності з обсягом пропозиції та у зворотній з обсягом попиту. Взаємодія попиту й пропозиції формує ринкові ціни на власність.
	Принцип конкуренції	Конкуренція стимулює постійне перетікання ресурсів у ті галузі й сфери, де їх використання приносить максимальну віддачу й сприяє вирівнюванню доходів.
	Принцип відповідності	Об'єкт оцінки, характеристики якого не відповідають ринковим потребам (рівні послуг, технології, оснащеність проведення і т.д.), швидше за все буде оцінений нижче середнього рівня.
	Принцип залежності від зовнішнього середовища	Інвестиційний потенціал залежить від багатьох факторів зовнішнього й внутрішнього середовища (кон'юнктури ринку, розташування підприємства, рівня цін і т.д.).
	Принцип зміни	Величина інвестиційного потенціалу підприємства змінюється із часом.

Примітка. * - Узагальнено та адаптовано автором

Додаток Д

Вихідна інформація щодо мережних підприємств роздрібної торгівлі

Таблиця Д.1

Перелік мережних підприємств роздрібної торгівлі

№ з/п	Назва підприємства	Торговельна площа, м ²		
		2008	2009	2010
1	ВАТ «Базис»	7380	10800	10800
2	ТОВ «Восторг»	6121	6121	6121
3	ВАТ «ГрандМаркет»	6380	6380	6380
4	ТОВ СУАП «Європоль»	6415	6415	6415
5	ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	3500	3500	3500
6	ТОВ «Таврія В»	54000	54000	50280
7	ТОВ «Фоззі-Фуд»	234500	262500	339588
8	ТОВ «Квіза-Трейд»	131183	121715	81565
9	ТОВ «Укр-Трейд»	7100	7100	7100
10	ТОВ «Край»	18545	18545	18545

Таблиця Д.2

Описова статистика вибіркової сукупності мережних підприємств роздрібної торгівлі за ознакою середнього розміру торговельної площі супермаркету

Показник	Значення
Середнє	1974,80
Стандартна похибка	242,15
Медіана	1713
Мода	#Н/Д
Стандартне відхилення	765,75
Дисперсія вибірки	586374
Ексцес	-0,98382
Асиметричність	0,513523
Інтервал	2175,714
Мінімум	1014,28
Максимум	3190
Сума	19748,01
Рахунок	10
Коефіцієнт варіації, %	32,7

Таблиця Д.3

**Розмір основних складових активів і капіталу мережевих підприємств
роздрібної торгівлі (тис. грн.)**

Назва підприємства	Необоротні активи			Оборотні активи		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
ВАТ «Базис»	10936,0	12386,5	15842,5	14462,0	16107,0	16141,5
ТОВ «Восторг»	14229,9	12429,5	11212,0	29282,8	39597,0	41589,0
ВАТ «ГрандМаркет»	13726,0	18268,0	24359,0	39736,5	40781,0	40294,0
ТОВ СУАП «Європоль»	12027,7	11677,0	12262,0	23590,4	30423,5	36650,0
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	269,0	385,5	562,0	80025,9	75282,0	81146,5
ТОВ «Таврія В»	930583,5	1173096,5	1318293,0	95090,0	91796,0	114011,0
ТОВ «Фоззі-Фуд»	251879,6	396228,0	1748025,5	288375,7	1007035,0	2111409,5
ТОВ «Квіза-Трейд»	1181437,6	1323566,0	1470777,5	587124,7	698529,0	581858,0
ТОВ «Укр-Трейд»	362101,6	352553,0	217574,5	141858,9	139336,0	166097,0
ТОВ «Край»	36223,5	39689,0	35571,5	287078,2	339193,0	325816,5

Продовження таблиці Д.3

Назва підприємства	Грошові кошти			Дебіторська заборгованість		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
ВАТ «Базис»	390,0	378,5	357,5	9397,5	10182,5	9192,5
ТОВ «Восторг»	5103,2	4756,5	6415,0	9976,1	18573,5	18308,0
ВАТ «ГрандМаркет»	1744,0	1494,0	1976,0	408,5	217,0	2143,5
ТОВ СУАП «Європоль»	7014,8	7353,0	7504,0	6701,2	6657,0	6300,5
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	1032,8	1316,0	1611,0	40389,5	20294,0	29582,0
ТОВ «Таврія В»	12463,5	8103,0	8624,0	19083,0	33641,0	56944,5
ТОВ «Фоззі-Фуд»	38716,3	77841,0	158014,5	39271,1	500182,5	1119356,0
ТОВ «Квіза-Трейд»	52747,1	47347,5	31140,0	328685,8	394229,0	345435,0
ТОВ «Укр-Трейд»	25276,5	21787,5	23092,0	36191,0	40486,5	32944,0
ТОВ «Край»	25456,8	27340,0	23989,5	218397,9	255795,0	243789,0

Продовження таблиці Д.3

Назва підприємства	Товарні запаси			Сукупні активи		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
ВАТ «Базис»	4626,0	5497,0	6540,5	25398,0	28493,5	31984,0
ТОВ «Восторг»	11088,3	13051,0	13726,5	43512,6	52026,5	52769,0
ВАТ «ГрандМаркет»	7819,5	8417,5	10595,5	53462,5	59049,0	64653,0
ТОВ СУАП «Європоль»	9239,4	15831,5	22332,5	35618,1	42100,5	48912,0
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	3731,4	5557,5	7184,0	80295,0	75667,5	81708,5
ТОВ «Таврія В»	32234,5	27249,0	33202,5	1025673,5	1264892,5	1432304,0
ТОВ «Фоззі-Фуд»	190753,1	389896,5	738057,0	556435,7	1403263,0	3989100,5
ТОВ «Квіза-Трейд»	192760,8	245313,0	167749,0	1768562,3	2022095,0	2052088,0
ТОВ «Укр-Трейд»	75202,8	73546,5	87893,5	503960,5	491889,0	383671,5
ТОВ «Край»	38479,0	51644,5	55252,5	323301,6	378882,0	361388,0

Продовження таблиці Д.3

Назва підприємства	Власний капітал			Позиковий капітал		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
ВАТ «Базис»	11168,0	13770,0	16222,5	14230,0	14723,5	15761,5
ТОВ «Восторг»	-437,3	-1297,0	-2442,0	43949,9	53323,5	55211,0
ВАТ «ГрандМаркет»	39117,5	40137,5	41007,0	14345,0	18911,5	23646,0
ТОВ СУАП «Європоль»	7387,8	13119,0	18528,0	28230,3	28981,5	30384,0
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	1872,7	2161,5	2352,5	78422,4	73506,0	79356,0
ТОВ «Таврія В»	505339,5	589328,0	739434,5	520334,0	675564,5	692869,5
ТОВ «Фоззі-Фуд»	12745,0	13293,5	14801,0	543690,8	1389969,5	3974299,5
ТОВ «Квіза-Трейд»	88509,2	-71633,5	-167671,5	1680053,1	2093728,5	2219759,5
ТОВ «Укр-Трейд»	-23288,8	-55536,5	-66608,0	527249,3	547425,5	450279,5
ТОВ «Край»	26007,9	16669,0	20251,5	297293,8	362213,0	341136,5

Продовження таблиці Д.3

Назва підприємства	Поточні зобов'язання		
	2008	2009	2010
ВАТ «Базис»	13164,0	13296,5	14934,0
ТОВ «Восторг»	24569,9	28023,5	30412,0
ВАТ «ГрандМаркет»	14345,0	18911,5	21764,0
ТОВ СУАП «Європоль»	19230,3	22131,5	24684,0
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	18422,4	13506,0	19356,0
ТОВ «Таврія В»	61749,0	116571,5	175757,5
ТОВ «Фоззі-Фуд»	275513,9	966897,0	914543,5
ТОВ «Квіза-Трейд»	952231,1	1476597,5	1434852,5
ТОВ «Укр-Трейд»	186930,6	221406,5	199237,5
ТОВ «Край»	257044,6	322023,0	301968,5

Таблиця Д.4

Фінансові результати мережевих підприємств роздрібної торгівлі
(тис. грн.)

Назва підприємства	Чистий дохід від реалізації продукції			Собівартість реалізованої продукції		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
ВАТ «Базис»	121883	122815	145673	104812,0	102777,0	121594,0
ТОВ «Восторг»	215570,0	241738,0	245674,7	174295,0	195899,0	196812,0
ВАТ «ГрандМаркет»	84594,0	108123,0	84067,0	71400,0	95809,0	72259,0
ТОВ СУАП «Європоль»	195677,0	207949,0	229752,8	169867,0	180380,0	196357,0
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	57116,0	74225,0	92196,0	49809,0	64173,0	80580,0
ТОВ «Таврія В»	619018,0	729220,0	792415,0	535202,0	630433,0	680820,0
ТОВ «Фоззі-Фуд»	3853660,0	1904338,0	10604969,0	3348505,0	1560724,0	9085053,0
ТОВ «Квіза-Трейд»	2890487,0	2981997,0	2040698,0	2196503,0	2337556,0	1595411,0
ТОВ «Укр-Трейд»	900663,0	1024820,0	1621144,0	668813,0	796486,0	1298345,0
ТОВ «Край»	618056,0	769244,0	797663,0	456661,0	567899,0	589678,0

Продовження таблиці Д.4

Назва підприємства	Фінансовий результат до оподаткування			Чистий прибуток (збиток)		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
ВАТ «Базис»	4717,0	4304,0	4320,0	3424,0	3134,0	3003,0
ТОВ «Восторг»	164,0	-1657,0	-1303,3	-18,0	-1702,0	-1303,0
ВАТ «ГрандМаркет»	1335,0	1063,0	928,0	1105,0	935,0	804,0
ТОВ СУАП «Європоль»	5130,0	10155,0	15214,8	3847,0	7616,0	11410,7
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	419,0	483,0	390,0	259,0	319,0	63,0
ТОВ «Таврія В»	-124237,0	-29537,0	8214,0	-124237,0	-29537,0	7999,0
ТОВ «Фоззі-Фуд»	5980,0	4740,0	2069,0	1885,0	1503,0	1130,0
ТОВ «Квіза-Трейд»	-323684,0	34686,0	-63583,0	-330286,0	34787,0	-63583,0
ТОВ «Укр-Трейд»	-54008,0	-8918,0	-12017,0	-54480,0	-9304,0	-12302,0
ТОВ «Край»	-15731,0	3590,0	17737,0	-18874,0	196,0	13302,6

ДОДАТОК Е

Результати експертного опитування щодо значущості окремих показників та різних груп у загальній системі показників оцінки інвестиційної привабливості підприємств роздрібної торгівлі

Таблиця Е.1

Результати експертного опитування щодо значущості (Γ_i) різних груп показників для оцінки інвестиційної привабливості підприємств роздрібної торгівлі

Назва / Код групи (i)	Результати опитування експертів (j)															Усього балів (x_{ij})
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Ліквідність	2	2	3	2	1	2	1	2	1	2	2	1	3	2	1	27
Фінансова стійкість	1	1	2	1	3	1	3	1	2	3	3	2	1	1	2	27
Рентабельність і ділова активність	3	3	1	3	2	3	2	3	3	1	1	3	2	3	3	36
Разом балів	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	90

Таблиця Е.2

Результати ранжування груп показників за ступенем значущості

Код групи (i)	x_{ij}	Γ_i
Γ_I	27	0,30
Γ_{II}	27	0,30
Γ_{III}	36	0,40
-	90	1,00

Таблиця Е.3

Результати експертного опитування щодо значущості (B'_{ij}) показників для оцінки інвестиційної привабливості підприємств роздрібною торгівлі

Назва / Код коефіцієнта (i)	Результати опитування експертів (j)															Усього балів (x_{ij})
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Ліквідність																
Ка.л	2	1	1	3	2	2	3	2	2	1	1	1	2	3	1	27
Кз.л	3	2	2	2	3	1	2	3	3	2	3	3	3	2	2	36
Кк/д	1	3	3	1	1	3	1	1	1	3	2	2	1	1	3	27
Разом	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	90
Фінансова стійкість																
Кн	1	2	4	3	4	2	4	3	1	2	1	3	2	4	1	37
Кф	3	4	1	1	3	4	1	2	3	4	4	1	3	1	3	38
Км	2	1	3	4	2	1	3	1	2	1	3	4	4	3	4	38
Кінв	4	3	2	2	2	3	2	2	4	3	2	2	3	2	2	38
Разом	10	10	10	10	11	10	10	8	10	10	10	10	12	10	10	151
Прибутковість і ділова активність																
Кр.р	1	1	3	1	1	1	1	3	2	1	1	1	3	2	1	23
Кр.а	5	2	4	4	5	4	2	5	1	5	3	2	4	5	5	56
Кр.в.к	3	4	5	5	3	5	4	1	4	4	4	4	5	1	4	56
Ко.а	2	3	2	2	4	2	3	4	5	2	5	3	2	4	2	45
Ко.т.з	4	5	1	3	2	3	5	2	3	3	2	5	1	3	3	45
Разом	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	225

Таблиця Е.4

Результати ранжування показників за ступенем значущості

Код групи (i)	Коефіцієнт (i)	x_{ij}	B'_{ij}
Γ_I	Ка.л	27	0,30
	Кз.л	36	0,40
	Кк/д	27	0,30
	Разом	90	1
Γ_{II}	Кн	37	0,25
	Кф	38	0,25
	Км	38	0,25
	Кінв	38	0,25
	Разом	151	1
Γ_{III}	Кр.р	23	0,10
	Кр.а	56	0,25
	Кр.в.к	56	0,25
	Ко.а	45	0,20
	Ко.т.з	45	0,20
	Разом	225	1,00

ДОДАТОК Ж

Таблиця Ж.1

Експертні оцінки екстремальних значень показників оцінювання інвестиційної привабливості для підприємств роздрібної торгівлі

Коефіцієнти	№ експерта																	
	1		2		3		4		5		6		7		8		9	
	min	max	min	max	min	max	min	max	min	max	min	max	min	max	min	max	min	max
Ка.л	0,1	0,2	0,1	0,3	0,05	0,2	0,1	0,4	0,1	0,3	0,15	0,3	0,1	0,25	0,1	0,3	0,1	0,3
Кз.л	0,8	2	1	2	0,8	2	1	2,5	1	2,5	1	2	1	2,5	1	2	0,8	2
Кк/д	1	3	1,5	3	1	4	1	2,5	1	3	1,5	3	1	4	1	3	1	3
Кн	0,2	0,7	0,4	0,75	0,2	0,8	0,2	0,7	0,5	0,75	0,2	0,8	0,3	0,8	0,2	1	0,2	1
Кф	0,25	0,4	0,3	0,5	0,3	0,4	0,25	0,4	0,25	0,6	0,3	0,6	0,25	0,4	0,3	0,45	0,3	0,55
Км	0,1	0,6	0,1	0,5	0,05	0,75	0,05	0,5	0,05	0,75	0,05	0,6	0,1	0,5	0,05	0,7	0,05	0,55
Кінв	0,2	1,5	0,4	2	0,3	2	0,5	2,5	0,2	2	0,4	2	0,4	2,5	0,5	2	0,3	1,8
Кр.р	0	0,25	0,1	0,3	0,05	0,15	0,05	0,15	0	0,3	0,1	0,25	0,05	0,3	0,15	0,3	0,05	0,2
Кр.а	0,1	0,15	0,05	0,18	0,1	0,2	0,1	0,25	0,05	0,1	0,05	0,1	0,05	0,15	0	0,15	0,05	0,15
Кр.в.к	0,05	0,18	0,1	0,3	0,1	0,5	0,1	0,3	0,1	0,35	0,05	0,5	0,1	0,3	0,05	0,4	0,1	0,35
Ко.а	2	4	1,5	5	2	5	1,5	6	1,5	4	1,5	5	2	5	2	6	1,5	6
Ко.т.з	8	22	10	22	5	14	10	15	10	20	10	20	12	20	15	25	5	18

Продовження таблиці Ж.1

Коефіцієнти	№ експерта													
	10		11		12		13		14		15		Середнє значення	
	min	max	min	max	min	max	min	max	min	max	min	max	min	max
Ка.л	0,1	0,15	0,1	0,4	0,1	0,3	0,1	0,2	0,05	0,15	0,1	0,2	0,1	0,3
Кз.л	1	2,5	1	2	1	2,5	0,8	2	1	1,5	1	2,5	1	2,5
Кк/д	1	2,5	1	4	1	3	1,5	4	1	3	1	4	1	3
Кн	0,2	0,8	0,5	0,8	0,2	0,8	0,5	1	0,5	0,9	0,3	0,8	0,2	0,8
Кф	0,2	0,4	0,25	0,4	0,25	0,4	0,2	0,4	0,25	0,45	0,2	0,45	0,25	4
Км	0,05	0,6	0,05	0,75	0,05	0,75	0,1	0,55	0,1	0,75	0,05	0,75	0,05	0,75
Кінв	0,4	2	0,4	1,8	0,2	2	1	2	0,4	2	0,5	1,9	0,4	2
Кр.р	0,05	0,15	0	0,25	0	0,2	0,05	0,15	0,1	0,2	0,05	0,2	0,05	0,15
Кр.а	0	0,2	0,05	0,1	0,1	0,15	0,1	0,15	0,05	0,15	0,05	0,2	0,05	0,15
Кр.в.к	0	0,25	0,05	0,2	0,1	0,3	0,1	0,45	0,1	0,3	0,1	0,4	0,1	0,3
Ко.а	1,5	4,5	2	4,5	1,5	5	1,5	5	2	4,5	1,5	4,5	1,5	5
Ко.т.з	10	20	10	22	5	15	10	17	13	19	8	18	10	20

Додаток 3

Результати розрахунку ранжованого значення j -го показника з i -ої групи (R_{ij}^t) за даними мережних підприємств роздрібної торгівлі

Таблиця 3.1

Ідентифікація фактичних значень показників для визначення напрямку оптимізації під час оцінювання інвестиційної привабливості підприємств роздрібної торгівлі

Підприємство	Коефіцієнт абсолютної ліквідності			Коефіцієнт загальної ліквідності			Коефіцієнт співвідношення кредиторської і дебіторської заборгованості			Коефіцієнт незалежності			Коефіцієнт фінансування			Коефіцієнт маневреності власного капіталу		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
ВАТ «Базис»	min	min	min	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max
ТОВ «Восторг»	max	max	max	max	max	max	max	max	max	min	min	min	min	min	min	min	min	min
ВАТ «Гранд Маркет»	min	min	min	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max
ТОВ СУАП «Європоль»	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	max	min	min	max	max	max	min	min	min	min	min	min	min	min	min	max	max	max
ТОВ «Таврія В»	max	max	min	max	min	min	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	min	min
ТОВ «Фоззі-Фуд»	max	min	min	max	max	max	max	max	max	min	min	min	min	min	min	max	max	max
ТОВ «Квіза-Трейд»	min	min	min	min	min	min	max	max	max	min	min	min	min	min	min	min	min	min
ТОВ «Укр-Трейд»	max	max	max	max	max	max	max	max	max	min	min	min	min	min	min	min	min	min
ТОВ «Край»	max	max	max	max	max	max	min	min	min	min	min	min	min	min	min	max	max	max

Продовження таблиці 3.1

Підприємство	Коефіцієнт інвестування			Коефіцієнт рентабельності реалізації			Коефіцієнт рентабельності активів			Коефіцієнт рентабельності власного капіталу			Коефіцієнт оборотності активів			Коефіцієнт оборотності товарних запасів		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
ВАТ «Базис»	max	max	max	min	min	min	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max
ТОВ «Восторг»	min	min	min	min	min	min	min	min	min	min	min	min	max	max	max	max	max	max
ВАТ «Гранд Маркет»	max	max	max	min	min	min	min	min	min	min	min	min	max	max	min	max	max	min
ТОВ СУАП «Європоль»	max	max	max	min	min	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max	max
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	max	max	max	min	min	min	min	min	min	max	max	min	min	min	min	max	max	max
ТОВ «Таврія В»	max	max	max	min	min	min	min	min	min	min	min	min	min	min	min	max	max	max
ТОВ «Фоззі-Фуд»	min	min	min	min	min	min	min	min	min	max	max	min	max	min	max	max	min	max
ТОВ «Квіза-Трейд»	min	min	min	min	min	min	min	min	min	min	min	min	max	max	min	max	max	-
ТОВ «Укр-Трейд»	min	min	min	min	min	min	min	min	min	min	min	min	max	max	max	max	max	max
ТОВ «Край»	max	max	max	min	min	min	min	min	min	min	min	max	max	max	max	max	max	max

Таблиця 3.2

Ранжовані значення показників за даними підприємств мережевої торгівлі *

Підприємство	Коефіцієнт абсолютної ліквідності			Коефіцієнт загальної ліквідності			Коефіцієнт співвідношення кредиторської і дебіторської заборгованості			Коефіцієнт незалежності			Коефіцієнт фінансування			Коефіцієнт маневреності власного капіталу		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
ВАТ «Базис»	-15,6	-15,7	-15,7	2,6	3,3	4,1	1,0	0,7	1,0	4,8	5,7	6,1	1,7	2,2	2,5	1,1	2,7	0,4
ТОВ «Восторг»	6,5	4,3	6,8	1,7	3,5	3,2	8,6	2,9	3,8	-16,2	-16,5	-16,9	-12,8	-12,9	-12,9	-	-	-91,8
ВАТ «Гранд Маркет»	-12,1	-13,5	-12,7	9,1	7,4	5,8	266,7	576,9	59,2	10,6	9,6	8,7	7,9	6,0	4,7	10,3	8,5	6,9
ТОВ СУАП «Європоль»	17,8	26,1	17,7	2,8	10,0	7,7	9,6	6,2	11,8	0,1	2,2	3,6	0,0	0,6	1,1	9,3	10,0	10,3
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	0,1	-13,0	-13,0	54,7	28,1	23,6	-16,4	-13,0	-13,8	-15,5	-15,4	-15,4	-12,7	-12,7	-12,7	566,3	491,9	452,0
ТОВ «Таврія В»	7,3	-1,7	-14,2	5,6	-13,5	-13,7	11,5	14,1	9,3	5,9	5,3	6,3	2,3	2,0	2,6	0,3	-13,7	-14,4
ТОВ «Фоззі-Фуд»	4,7	-12,7	-12,0	2,7	0,7	2,3	26,9	5,1	2,8	-15,5	-15,8	-15,9	-12,7	-12,7	-12,8	16,5	51,2	1393,3
ТОВ «Квіза-Трейд»	-12,4	-14,1	-14,8	-12,0	-13,0	-12,7	4,8	6,1	5,1	-15,0	-16,7	-17,6	-12,6	-12,9	-13,0	-84,1	174,3	74,8
ТОВ «Укр-Трейд»	8,4	5,2	6,5	2,9	1,7	4,1	11,2	11,1	14,0	-16,9	-18,3	-19,5	-12,9	-13,1	-13,3	20,4	12,5	-4,4
ТОВ «Край»	1,7	0,6	0,2	3,6	3,0	3,3	-12,5	-12,2	-12,3	-14,4	-15,1	-14,9	-12,5	-12,6	-12,6	19,0	16,9	19,4

Продовження таблиці 3.2

Підприємство	Коефіцієнт інвестування			Коефіцієнт рентабельності реалізації			Коефіцієнт рентабельності активів			Коефіцієнт рентабельності власного капіталу			Коефіцієнт оборотності активів			Коефіцієнт оборотності товарних запасів		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
ВАТ «Базис»	4,7	5,4	4,7	-15,2	-15,6	-16,2	10,6	7,5	5,5	12,2	7,5	5,0	11,3	9,6	10,5	20,6	15,4	15,5
ТОВ «Восторг»	-15,3	-15,8	-16,7	-18,8	-19,6	-19,4	-18,8	-22,8	-21,8	-15,2	59,5	13,7	11,8	10,8	10,8	12,6	11,0	10,1
ВАТ «Гранд Маркет»	18,4	13,5	9,6	-17,1	-17,7	-17,6	-16,2	-16,8	-17,2	-16,0	-16,3	-16,5	0,3	1,1	-12,7	2,2	4,0	-14,3
ТОВ СУАП «Європоль»	1,6	5,4	8,4	-16,3	-14,2	-0,04	7,3	16,4	22,9	24,7	28,3	30,3	13,7	11,8	10,9	14,6	4,6	0,8
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	49,3	39,2	28,5	-18,2	-18,2	-18,7	-18,3	-18,2	-18,7	2,3	2,8	-4,3	-14,7	-13,8	-13,3	7,1	4,4	3,8
ТОВ «Таврія В»	1,1	0,8	1,2	-43,8	-23,8	-17,5	-33,9	-21,7	-18,1	-32,1	-20,6	-17,0	-15,1	-15,1	-15,2	11,1	11,7	21,7
ТОВ «Фоззі-Фуд»	-14,7	-14,8	-15,0	-18,7	-18,7	-18,7	-18,3	-18,6	-18,7	2,8	0,8	-13,2	18,6	-12,5	-8,0	13,4	-5,9	5,8
ТОВ «Квіза-Трейд»	-14,5	-15,4	-15,9	-33,0	-17,3	-22,6	-42,1	-16,6	-22,6	-237,2	-46,2	4,7	0,5	-0,1	-13,7	8,1	21,0	-12,0
ТОВ «Укр-Трейд»	-15,5	-16,2	-17,3	-26,3	-19,9	-19,7	-32,3	-21,1	-22,8	120,0	-7,8	-6,8	1,0	2,0	9,3	9,6	11,9	6,8
ТОВ «Край»	2,4	0,2	1,3	-22,6	-18,7	-16,7	-26,0	-18,7	-14,1	-60,3	-17,0	32,8	1,4	1,8	2,4	8,5	6,9	6,2

Додаток І

Таблиця І.1

Ресурсовіддача інвестиційних ресурсів мережних підприємств роздрібної торгівлі у 2010 р.

Підприємство	Ресурсовіддача		
	матеріальних	фінансових	трудо-вих
ТОВ СУАП «Європоль»	6,8	16,6	50,1
ТОВ «Таврія В»	0,6	12,1	43,7
ВАТ «Базис»	6,5	15,3	14,4
ТОВ «Край»	8,8	3,0	36,3
ТОВ «Центр ТМ «П'ятий океан»	11,9	1,4	20,2
ТОВ «Фоззі-Фуд»	11,2	8,3	59,4
ТОВ «Укр-Трейд»	8,7	22,8	53,5