

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ  
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені Володимира Даля



# МАРКЕТИНГ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

№19 2013

Луганськ 2013

<i>Макимова Т.С., Янчук В.В.</i>	Формування іміджу підприємства та його побудова засобами PR.....
<i>Михопаркіна О.Ю.</i>	Використання інструментів пошукового маркетингу з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства .....
<i>Мірошниченко К. М.</i>	Маркетинг на ринку екологічної борошномельної продукції в Україні .....
<i>Нижегородцев Р.М.</i>	Институциональный подход к понятию экономического риска: диалектика возможностей .....
<i>Оксандер Т.О.</i>	Концепція управління маркетинговими ризиками промислового підприємства .....
<i>Павлішина Н.М.</i>	Интернет як джерело надходження вторинної маркетингової інформації.....
<i>Пишкін А.І.</i>	Роль державного впливу на інноваційний розвиток регіону .....
<i>Пишкіна І.О., Степаненко Г.В.</i>	Методичні основи оцінки і вибору варіантів інноваційного розвитку підприємств .....
<i>Плахута Г.А., Попова І.В., Степаненко О.В.</i>	Системний підхід у логістиці промислових підприємств .....
<i>Поталова Н.М.</i>	Стратегічний аспект управління житлово-комунальним господарством регіону .....
<i>Потупало Н.В.</i>	Впровадження сучасних методик оцінки конкурентоспроможності підприємств .....
<i>Прищепя Н.П.</i>	Принципи оцінки потенціалу підприємства .....
<i>Сабліна А.Ю.</i>	Оцінка конкурентних переваг банку .....
<i>Садовніков О.А., Герцик В.А., Фурсенко Г. Р.</i>	Фінансово-господарський контроль і аудит при перевірці виробництва і реалізації продукції на підприємстві .....
<i>Семененко І. М., Галгаш Р. А.</i>	Аналіз цілей діяльності підприємств в контексті регіонального розвитку .....
<i>Синиця Л. В.</i>	Інформаційне забезпечення стратегічного розвитку соціально-економічних систем .....
<i>Скорченко Ю.А.</i>	Туризм: сучасні соціокультурні тенденції .....
<i>Слинько В.В., Пачколина Е.Г.</i>	Перспективи розвитку внутрішнього і в'їзного туризму в Запорізькому регіоні .....
<i>Соколова Ю.О.</i>	Маркетингові комунікації в діяльності міжнародних компаній.....
<i>Солоха Д.В., Белжова О.В.</i>	Систематизація цілепокладання в розвитку інноваційного потенціалу регіону .....
<i>Сорочан Д.В., Мищук А.П.</i>	Інноваційний інструментарій забезпечення конкурентоспроможності послуг поліграфічного підприємства .....
<i>Титова Т.І., Коба О.В.</i>	Особливості маркетингової стратегії щодо розвитку банку .....
<i>Филиппова І.Г.</i>	Деякі аспекти аналізу розподіленої системи прийняття рішень.....
<i>Фокина - Мезенцева Е.В.</i>	Аспекти регіональних економічних диспропорцій в контексті концепції маркетингу регіона .....

УДК 338.24

**Прищепя Н.П.**  
*м. Луганськ*

## **ПРИНЦИПИ ОЦІНКИ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

У статті розглядається актуальна проблема оцінки потенціалу підприємства як найважливішої складової конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах загострення конкурентної боротьби, досліджуються принципи оцінки потенціалу підприємства.

*Ключові слова:* підприємство, ринок, конкуренція, потенціал, оцінка, конкурентоспроможність.

**Постановка проблеми.** У ринковому середовищі, на формування якого були спрямовані всі заходи вітчизняної економічної політики останніх років, справжню цінність для підприємства має лише прогрес порівняно з конкурентами, а не з минулими досягненнями. Саме такий випереджальний розвиток має забезпечити підприємству стабільність отримання доходів в довгостроковій перспективі, утримання та розширення своєї ринкової частки.

Процес управління підприємством заснований на прагненні щонайкраще реалізувати місію підприємства й досягти поставлених цілей. У загальному випадку вся сукупність цілей підприємства утворює систему його стратегічних цілей. У сучасних умовах вважається, що найбільш значущою в системі стратегічних цілей діяльності підприємства є та, що забезпечує максимум ринкової вартості підприємства і його бізнесу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню і аналізу наукових проблем оцінки потенціалу підприємства приділяється достатньо уваги і вітчизняними, і зарубіжними вченими-науковцями, практиками, аналітиками та фахівцями [1-9 та ін.]. Водночас існує необхідність більш ретельного дослідження принципів оцінки ринкового потенціалу підприємства.

**Метою даної статті** є дослідження проблеми оцінки потенціалу підприємства і аналіз принципів (критеріїв), які повинні бути основними в

процесі виконання оцінних процедур.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Якщо інтенсивність конкуренції визначає умови функціонування підприємства на ринку, то ефективність його функціонування визначається рівнем його конкурентоспроможності. У загальному виді конкурентоспроможність - це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення їм конкретної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, що діють на даному ринку [5]. Конкурентоспроможність визначає можливість виживання підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби на ринку і відбиває продуктивність використання його ресурсів. Тому для забезпечення конкурентоздатності підприємства повинні постійно піклуватися про найбільш повне й ефективне використання ресурсів.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства можна визначити як комплексну порівняльну характеристику потенціалу, яка відбиває ступінь переваги сукупності індикаторів якості використання ресурсів та організації взаємозв'язків між ними, що визначають ефективність потенціалу на певному ринку в певний проміжок часу, щодо сукупності індикаторів підприємств-аналогів.

В основі теорії оцінки лежить низка принципів, які є основними в процесі виконання оцінних процедур.

В спеціальній літературі з оцінної діяльності прийнято виділяти три групи взаємозалежних принципів оцінки [7 - 9]:

- 1) засновані на уявленнях власника;
- 2) пов'язані з експлуатацією власності;
- 3) обумовлені дією ринкового середовища.

В межах кожної групи доцільно виділити перелік окремих принципів (критеріїв).

Так, група принципів, пов'язаних з уявленням власника про майно, містить:

- *принцип корисності.* Об'єкт власності має вартість тільки за умов його корисності для потенційного власника або користувача.

Під корисністю в даному випадку розуміють здатність об'єкта власності задовольняти потребу власника в даному місці та протягом даного періоду часу;

- *принцип заміщення.* Всі об'єкти власності, незважаючи на їхню розмаїтість, є порівняними з точки зору своєї здатності задовольняти певні потреби власника або генерувати йому дохід. Тому за придбання об'єкта не сплачується сума, більша від мінімальної ціни об'єкта такої ж корисності, який продається на ринку.

Принцип заміщення дає можливість установити верхню межу вартості оцінюваного майна;

- *принцип очікування* передбачає, що вартість об'єкта оцінки визначається розміром економічних вигод, які очікуються від володіння, користування, розпорядження ним. Інвестор вкладає кошти в об'єкт сьогодні, оскільки очікує від об'єкту власності отримання потоку доходів у майбутньому.

Таким чином, очікування - встановлення поточної вартості доходів або інших вигод, які можуть бути одержані в майбутньому від володіння власністю.

Група принципів, пов'язаних з експлуатацією майна, складається з:

- *принципу факторів виробництва.* Об'єкт власності є економічною системою, прибутковість якої визначається чотирма факторами виробництва: управлінням, працею, капіталом і землею. Тому для оцінки об'єкта власності потрібно знати частку (внесок) кожного фактора у формуванні доходу всієї системи;

- *принципу залишкової продуктивності.* Кожний з розглянутих вище факторів повинний бути оплачений (компенсований) з чистого доходу, що створюється завдяки використанню об'єкта власності (табл. 1).

### Фактори виробництва та їх компенсація [1]

№ з/п	Найменування фактора	Компенсація
1	Праця	Заробітна плата
2	Капітал	Прибуток
3	Управління	Прибуток, заробітна плата менеджерів
4	Земля	Рента (податки, орендна плата)

Оскільки земля фізично нерухома, то праця, капітал і менеджмент повинні бути залученими до неї. Це означає, що спочатку повинні бути компенсовані «залучені» фактори, а потім залишок доходу виплачується власнику землі як рента. Таким чином, залишкова продуктивність визначається як чистий дохід, віднесений до земельної ділянки, після того як компенсується залучення менеджменту, праці та капіталу;

- *принципу внеску.* Внесок фактора - це частка вартості, на яку збільшується або зменшується вартість об'єкта оцінки внаслідок наявності або відсутності будь-якого фактора. Деякі фактори збільшують вартість майнового комплексу підприємства на величину, більшу за пов'язані з їх залученням витрати, а деякі зменшують. Наприклад, ремонт адміністративного приміщення підвищує його вартість, якщо він зроблений відповідно з існуючими ринковими вимогами, і не додає до сукупної вартості, якщо використовувані матеріали функціонально застаріли.

Таким чином, будь-які додаткові елементи до об'єкта оцінки доцільні тільки за умов, що одержуваний приріст вартості об'єкта перевищує витрати на придбання цих елементів.

Принцип внеску в теорії оцінки означає, що включення будь-якого додаткового активу до складу майнового комплексу підприємства ефективно в тому випадку, якщо за рахунок цього відбувається підвищення ринкової вартості майнового комплексу на величину, що перевищує витрати на

придбання даного активу. Для оцінки підприємства необхідно знати внесок кожного фактора виробництва у формування доходу підприємства;

- *принципу збалансованості (пропорційності)*. Будь-якому об'єкту оцінки відповідають оптимальні суми факторів виробництва, при взаємодії яких досягається максимальна вартість цього об'єкта (точка рівноваги факторів). Диспропорції виникають тоді, коли об'єкт оцінки характеризується недостатніми удосконаленнями або переоснащений відповідно до умов і характеру діяльності.

Група принципів, пов'язаних з ринковим середовищем, включає:

- *принцип попиту та пропозицій (відповідності)* - відображає співвідношення пропонування та попиту на подібне майно. Відповідно до цього принципу під час проведення оцінки враховуються ринкові коливання цін на подібне майно та інші фактори, що можуть призвести до змін у співвідношенні пропозицій та попиту на подібне майно. Якщо об'єкт оцінки не відповідає ринковим стандартам за технічним, технологічним рівнем, рівнем доходності або іншими вимогами, що висуваються до подібного майна за сучасних умов у даній місцевості, то його ціна буде нижче за середньоринкове значення;

- *принцип конкуренції* - означає, що коли прибуток на ринку аналогічних об'єктів власності перевищує рівень, необхідний для компенсації факторів виробництва, привабливість такого ринку зростає, загострюється конкуренція і, в свою чергу, знижується середній рівень чистих доходів;

- *принцип зміни вартості* - означає, що вартість об'єкта оцінки, як правило, змінюється під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів, що підвищують або знижують ступінь корисності такого об'єкта. Наприклад, розвиток транспортної інфраструктури підвищує вартість майнових комплексів підприємств, розташованих у даній територіальній зоні; звільнення висококваліфікованих фахівців, що спроможні інноваційно мислити, скорочує інтелектуальний потенціал підприємства як об'єкта оцінки та зменшує його вартість.

**Висновки.** Аналіз вищеперерахованих принципів дозволяє зробити висновок, що узагальнюючим для всіх груп принципів, розглянутих вище, є *принцип найбільш ефективного використання*, який полягає в урахуванні залежності ринкової вартості об'єкта оцінки від його найбільш ефективного використання. Під найбільш ефективним використанням доцільно розуміти таке використання майна, що забезпечує створення максимальної вартості об'єкта оцінки. При цьому необхідно вивчати тільки ті варіанти використання майна, які є технічно можливими, дозволеними та економічно доцільними.

#### Література

1. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ./ М. Портер. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. Е.М. Пеньковой. / Ф. Котлер. – М.: Прогресс, 2000. – 736 с.
3. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. / А.Э. Воронкова. – Луганск: ВНУ, 2000. – 310 с.
4. Шевченко Л. С. Конкурентное управление: Учебн. пособие. / Л.С. Шевченко. – Харьков: Эспада, 2008. – 520 с.
5. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. / Р. А. Фатхутдинов. – М.:Инфра-М, 2000.
6. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка. / Н.С. Краснокутська. – К.: Центр навчальної літератури, 2005.
7. Григорьев В.В., Федотова М.А. Оценка предприятий: теория и практика. / В.В. Григорьев, М.А. Федотова. – М.: ИНФРА-М, 1997.
8. Оценка бизнеса: Учебник. / Под ред. А.А. Грязновой, М.А. Федотовой. – М.: Финансы и статистика, 2009.
9. Оценка стоимости предприятия (бизнеса). Уч. Пособие. / Под ред. Н.А. Абдулаева. – М.: Изд-во «Экмос», 2000.



***Прищепя Н.П. Принципи оцінки потенціалу підприємства***

В статье рассматривается актуальная проблема оценки потенциала предприятия как важнейшей составной конкурентоспособности предприятия в современных условиях обострения конкурентной борьбы, исследуются принципы оценки потенциала предприятия.

***Ключевые слова:*** предприятие, рынок, конкуренция, потенциал, оценка, конкурентоспособность.

***Prischepa N. P. Principles of estimation of potential of enterprise***

In the article the very important problem of estimation of potential of enterprise is considered as a major component competitiveness of enterprise in the modern terms of intensifying of competitive activity, principles of estimation of potential of enterprise are investigated.