

Магістр 2 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

СУЧАСНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Наведено сучасні методи оцінки потенціалу підприємства, а саме критеріальні, експертні, графічні, математичні, логічні, одномоментні, стратегічні, індикаторні, матричні. Розглянуто різновиди методів оцінки потенціалу підприємства.

Аннотация. Представлены современные методы оценки потенциала предприятия, а именно критериальные, экспертные, графические, математические, логические, одномоментные, стратегические, индикаторные, матричные. Рассмотрены разновидности методов оценки потенциала предприятия.

Annotation. This article presents modern methods for evaluating potential of a company, namely criterion, expert, graphic, mathematical, logical, short-term, strategic, indicated, matrix ones. The types of methods to assess enterprise potential are considered.

Ключові слова: потенціал підприємства, методи оцінки, формування потенціалу підприємства.

На сьогоднішній день ситуація на різних підприємствах досить нестабільна і завдяки оцінці потенціалу можна досягти економічної стабільності, прийняти оптимальні рішення щодо визначення обсягів виробництва, ефективного використання всіх видів ресурсів підприємства, від чого залежать фінансові результати підприємства.

Сучасними авторами, які займалися розглядом питання оцінки потенціалу, є: Краснокутська Н. С., Должанський І. З., Добикіна О. К., Рижиков В. С., Касьянюк С. В., Кокотко М. Є., Рєпіна І. М. та ін.

Метою статті є дослідження сучасних методів оцінки потенціалу підприємства та визначення основних з них, які можуть бути використані на підприємстві.

Для оцінки потенціалу підприємства використовуються різноманітні методи:

- 1) критеріальні;
- 2) експертні;
- 3) графічні;
- 4) математичні;
- 5) логістичні;
- 6) одномоментні;
- 7) стратегічні;
- 8) індикаторні;
- 9) матричні.

Критеріальні методи за інформаційну базу беруть абсолютні (натуральні або вартісні) значення ключових показників. За належного інформаційного забезпечення ці методи є найточнішими. Різновиди критеріальних методів: SPACE-аналіз, GAP-аналіз, LOTS-аналіз, PIMS-аналіз.

Експертні методи прості у використанні, не потребують збирання повної інформації про конкурентів, оскільки базуються на думці досвідчених фахівців. Проте перевага таких методів є водночас і їхнім недоліком, бо іноді суб'єктивізм експертів може спотворювати результати оцінки. Різновиди експертних методів: аналіз конкурентоспроможності за системою 111-555, метод американської асоціації управління, метод порівнянь [1].

Графічні методи забезпечують найвищий рівень сприйняття кінцевих результатів оцінки, інтерпретованих у графічних об'єктах (рисунках, графіках, діаграмах та ін.). Різновиди графічних методів: SWOT-аналіз, модель аналізу МакКінсі 7S.

Математичні методи базуються на факторних моделях оцінки, які полягають у розрахунку одного (інтегрального) показника або кількох цифрових значень показників, за якими формується остаточна оцінка. Ці методи вважають найточнішими, хоч іноді вони потребують обтяжливих математичних обчислень, тобто спеціальної підготовки працівників, їх різновид – метод рангів [2].

Логістичні методи є алгоритмізованими методами оцінки, які базуються на логічних припущеннях, це такі, як: STEP-аналіз, SPACE-аналіз, GAP-аналіз.

Одномоментні методи – це, по суті, статичні методи тому, що оцінюють тільки фактичний стан справ, не забезпечуючи можливості розроблення заходів на перспективу [3].

Стратегічні методи уможливають не тільки оцінку стану потенціалу підприємства на конкретну дату, а й розроблення стратегічних заходів з поліпшення цього потенціалу.

Індикаторні методи ґрунтуються на використанні системи індикаторів, за допомогою якої проводиться оцінка потенціалу підприємства і національної економіки в цілому. Під індикатором розуміють сукупність характеристик, які дають змогу у формалізованому вигляді описати стан параметрів того чи іншого об'єкта, що досліджується, і на цій підставі сформулювати рекомендації з підвищення результативності функціонування об'єкта. Кожен індикатор, у свою чергу, розпадається на низку показників, які відображають стан окремих елементів досліджуваного об'єкта [4].

Нині індикаторні методи широко використовують зарубіжні інвестори для оцінки потенціалу країни в разі потреби визначення оптимального розміщення виробництва і капіталовкладень.

Міжнародна організація "Європейський форум з проблем управління" щорічно визначає рівні потенціалу розвинутих країн, користуючись системою індикаторів, яка налічує близько 340 показників і понад 100 експертних оцінок. Дані аналізу групують за 10-ма основними факторами:

- 1) динаміка економіки (економічний потенціал);
- 2) виробнича потужність промисловості;
- 3) динаміка ринку;
- 4) фінансова підтримка;
- 5) людський капітал;
- 6) імідж країни;
- 7) забезпеченість сировиною;
- 8) орієнтація на зовнішній ринок;
- 9) інноваційний потенціал;
- 10) суспільний спокій.

Кожен із цих 10-ти факторів складається з 20 – 40 оцінних індикаторів. Отже, постає складне завдання з відбору найвагоміших індикаторів для оцінки кожного щодо названих факторів, їх різновид: метод вивчення профілю об'єкта [3].

В основу матричних методів покладено ідею розгляду процесів конкуренції в їх взаємозалежності та динаміці, їх різновиди: теорія конкурентних переваг М. Портера, аналіз конкурентоспроможності фірм Ж.-Ж. Ламбена.

Використовуючи матричні методи, управлінці мають змогу оцінити рівень потенціалу не тільки свого підприємства, а й найближчих конкурентів, що допоможе розробити стратегію поведінки на ринку. Матричними методами широко користуються американські консультаційні фірми, а за належного інформаційного забезпечення такі методи можуть бути надійним інструментом для оцінки потенціалу й вітчизняних підприємств.

Таким чином, у науковій літературі існує велика кількість методів оцінки потенціалу підприємства і кожний із цих методів оцінює потенціал зі своєї сторони, тобто всі методи оцінюють потенціал підприємства за різними чинниками, які необхідно враховувати для успішної діяльності підприємства як у теперішньому, так і в майбутньому. Завдяки цим методам можна побачити, що на підприємстві треба збалансувати, та на які складові треба виділити більше або менше уваги, чи то на збут продукції, чи на виробництво, або на фінансову складову, для поліпшення діяльності підприємства.

Наук. керівн. Матвієнко-Біляєва Г. Л.

Література: 1. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібн. / О. К. Добикіна, В. С. Рижиков, С. В. Касьянюк та ін. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 208 с. 2. Управління потенціалом підприємства : навч. посібн. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна, О. О. Удалих. – К. : Центр навч. літ-ри, 2006. – 362 с. 3. Рєпіна І. М. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч.-метод. посібн. [для самост. вивч.] / І. М. Рєпіна, О. С. Федонін, О. І. Олексюк. – К. : Вид. КНЕУ, 2005. – 216 с. 4. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібн. / Н. С. Краснокутська. – К. : Центр навч. літ-ри, 2005. – 352 с.