

*Марченко К.Ю.,
здобувачка 11 МБ ФБ групи,
Трусова Н.В.,
д.е.н., професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного, м. Мелітополь, Україна*

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Фінансовий потенціал підприємства розглядають як здатність підприємства до раціонального та ефективного використання фінансових ресурсів, що є у його розпорядженні, а також можливості до нарощення у разі необхідності, обсягів цих ресурсів. За умов раціонального використання фінансового потенціалу підприємство збільшує свою ринкову вартість, що є сигналом для потенційних інвесторів, кредиторів, акціонерів, державних структур та інших зовнішніх суб'єктів оцінювання щодо можливості інвестування коштів у досліджуване підприємство та його платоспроможності. Схематично етапи оцінювання майнового потенціалу юридичної особи можна зобразити так (рис.1).

Етапи оцінювання фінансового потенціалу підприємства
Аналіз інформації для визначення загальної вартості обсягу фінансових ресурсів підприємства та можливих резервів нарощення їх обсягу
Визначення показників, за якими відбуватиметься оцінка ефективності потенціалу фінансового потенціалу
Формулювання висновків щодо якості управління фінансовим потенціалом на базі обраних раніше показників
Прийняття управлінських рішень щодо зміни фінансового потенціалу у напрямку стратегічного бачення розвитку підприємства

Рис. 1. Етапи оцінювання фінансового потенціалу підприємства

Оцінювання існуючого фінансового потенціалу підприємства повинно ґрунтуватися на аналізі показників його ділової активності, рентабельності, ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості та майнового стану тощо [4, с. 125]. Чітке вивчення динаміки значень цих фінансових показників дає змогу отримати комплексну характеристику діяльності підприємства, його конкурентоспроможності, надійності, а відтак, стає основою для розробки стратегії управління фінансовим потенціалом суб'єкта господарювання.

Наступним етапом управління фінансовим потенціалом підприємства вважають визначення методів, за якими можна зробити висновок щодо якості управління ними. В основі методів оцінювання рівня використання фінансового потенціалу підприємства покладено аналізування результатів діяльності за окремими напрямками. (рис. 2).

Методи оцінювання рівня використання фінансового потенціалу підприємства	
За рівнем узагальнення показників	За об'єктами оцінки
З використанням інтегрального показника	Ресурсний
	Структурний
З використанням системи показників	Цільовий
	Змішаний

Рис. 2. Методи оцінювання рівня використання фінансового потенціалу підприємства

За об'єктами оцінки виділяють ресурсний, структурний, цільовий та змішаний методи оцінки рівня використання фінансового потенціалу. Ресурсний метод використовує оцінювання наявних у підприємства фінансово-економічних ресурсів у грошовій та натуральній формах із врахуванням їх якості та ефективності використання у господарській діяльності. В свою чергу, структурний метод ґрунтується на аналізі окремих складових та елементів задіяних вхідних ресурсів та визначенні рівня їх віддачі. Цільовий метод базується на порівнянні фактичних результатів управління фінансовим потенціалом підприємства із плановими. При використанні змішаного методу застосовуються окремі елементи вищезазначених

підходів до визначення рівня використання аналізу фінансового потенціалу підприємства.

За рівнем узагальнення показників виокремлено методи оцінювання за допомогою інтегрального показника чи системи показників. Використання інтегрального показника передбачає зведення окремих даних в одній математичній залежності. Натомість система показників створюється для розгляду їх значення незалежно один від одного, що дає змогу оцінити результати роботи підприємства на різних сегментах діяльності.

Використання вищенаведених методів оцінювання, дасть змогу розподілення підприємства за рівнем якості управління фінансовим потенціалом (табл. 3).

Таблиця 1

Рівні якості управління фінансовим потенціалом

Рівень використання фінансового потенціалу підприємства	Характеристика показників діяльності підприємства
Високий	Високі показники рентабельності, фінансовий стан стійкий, існують можливості залучення додаткового капіталу, ділова репутація знаходиться на високому рівні
Середній	Підприємство отримує прибуток, однак результати його господарської діяльності тісно корелюють із динамікою внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування
Низький	Підприємство фінансово нестабільне, існують загрози його платоспроможності, ділова репутація є незадовільною

На етапі оцінювання фінансового потенціалу можна зробити висновки про ефективність системи фінансового менеджменту на підприємстві. Під цим розуміють технологію побудови взаємоузгодженого за всіма структурними підрозділами та функціями планів, які містять роз'яснення щодо джерел формування і напрямів використання фінансових ресурсів підприємства. Для складання таких планів є необхідним провести комплексний аналіз кон'юнктури ринку, а також розрахувати економічні та фінансові індикатори діяльності об'єкта оцінювання. Окрім цього, потрібно використовувати механізми оперативно-тактичного

реагування на ризики, які можуть впливати на досягнення поставлених цілей з мінімально допустимими відхиленнями (не більше 20%) [1, с. 93-95]. За результатами аналізу виділяють наступні групи підприємств за рівнем використання потенціалу:

- високий рівень – на підприємстві передбачена розгалужена система бюджетного планування;
- середній рівень – підприємство формує систему планових фінансових звітів, визначених за певними стандартами обліку;
- низький рівень – підприємство здійснює планування діяльності за допомогою застосування методу коефіцієнтів [7, с. 51].

Системи бюджетного планування та формування планових фінансових звітів дають змогу здійснювати постійний моніторинг діяльності підприємства, а це дає здатність адекватніше оцінювати фінансові можливості підприємства та його резерви розвитку. Щодо коефіцієнтних методів варто зазначити, що попри їх інформативність та низьку трудомісткість у розрахунках, вони не слугують інструментом стратегічного управління, бо не враховують у повній мірі всі фактори, які чинять вплив на господарську діяльність.

На основі отриманих раніше результатах аналізування ефективності використання ресурсів підприємства треба також провести аналіз ринкового потенціалу підприємства. Під терміном «ринковий потенціал» приймають здатність організації з використанням наявних маркетингових засобів здійснювати збут продукції, закріплюватися на певній частці ринку і в подальшому збільшувати обсяги просування товарів [2, с. 96]. Ринковий потенціал варто розглядати з погляду чинників впливу на його формування. Оцінка ефективності діяльності підприємства на ринку залежить від різноманітних факторів, які мають різне походження. Бізнес-процеси розвиваються швидко, а тому кількість чинників, від яких залежить ринковий потенціал організації, щоразу зростає. Їх чітка ідентифікація та класифікація є цінним для роботи комерційної організації (табл. 2).

Таблиця 2

Чинники впливу на ринковий потенціал підприємства

Групи чинників	Коротка характеристика впливу
Маркетингові	Здійснюються заходи, пов'язані з ідентифікацією бренду на ринку: позиціонування, виокремлення індивідуальності та цінності пропонуванних товарів, аналіз споживчого сприйняття. Створюється унікальна торгова позиція, яка повинна переконати споживачів, що продукція даного підприємства є кращими, ніж в конкурентів.
Соціально-психологічні	Основні фактори – чисельність та динаміка населення, фінансове становище наявних і потенційних споживачів продукції, довіра населення стосовно досліджуваного суб'єкта господарювання.
Поведінкові	До цієї групи відносимо здатність підприємства до постійного підтримування зв'язку із громадськістю, тобто інформувати споживачів про зміни у товарному асортименті, ціновій політиці, покращенні характеристик вихідного продукту виробництва тощо.
Управлінські	Функціонування господарської організації на ринку буде успішним лише у випадку наявності в його працівників відповідного рівня професійної кваліфікації, їх практичної здатності до виконання поставлених завдань.
Інформаційні	Група інформаційних чинників визначає здатність комерційної організації до безперебійного моніторингу ринку в цілому, а також його окремих сегментів, пошуку можливостей освоєння нових ринків збуту.

На формування ринкового потенціалу підприємства впливають чинники, які підприємство може контролювати, а також ті, які можливо лише прогнозувати. Основною метою підприємства при дослідженні факторів, на котрі неможливо вплинути, є зведення до мінімуму негативних наслідків від їх дій. Неконтрольовані чинники впливають по різному на діяльність різних підприємств, тому ефективність заходів, спрямованих на оптимізацію діяльності за умов дії таких чинників залежить від стратегії функціонування підприємства.

Список використаних джерел

1. Денисюк О.Г. Майновий потенціал підприємства: сутність, відтворення, управління: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / О. Г. Денисюк; Укр.н.-д. ін.-т продуктивності АПК. К., 2010. 21 с.

2. Зайчук Т.О. Теоретичні аспекти визначення ринкового потенціалу і таргетингу вітчизняними підприємствами. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. №1. С. 96-104.

3. Касьянова Н.В. Потенціал підприємства: формування та використання. 2-ге вид. перероб. та доп. [текст] : підручник / Н. В. Касьянова, Д. В. Солоха, В. В. Морєва, О. В. Беякова, О. Б. Балакай. К. : «Центр учбової літератури», 2013. 248 с.

4. Маслак О.І., Безручко О.О. Особливості оцінювання економічного потенціалу підприємства в умовах циклічних коливань. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. Вип. 1. С. 121-127.

5. Морщеньук Т.С., Біляк О.М. Огляд підходів до визначення економічної сутності поняття «ефективність». *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2014. Вип. 8. С. 82-89.

6. Развитие бухгалтерского учета и аналитического инструментария предприятия: коллективная монография / Под ред.. И.Й. Яремко и проф. Г. Ронэка. – Львов: Издательство Львовской политехники, 2014. 208 с.

7. Турчак В.В., Чижинська С.Д. Методика оцінки фінансового потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання. *Молодий вчений*. 2014. №8 (11). С. 49-52.