

УДК 330.111.4

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ РЫНОЧНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Федосеева Л.В., ст. преподаватель
каф. "Экономика и менеджмент", ДГТУ

fedoseevvb@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические аспекты оценки рыночного потенциала предприятий малого и среднего бизнеса, на основе анализа субпотенциалов.

Ключевые слова: рыночный потенциал, субпотенциалы, малый и средний бизнес.

Theoretical aspects of market potential assessment of small and medium-sized businesses

Fedoseeva, L. V.

Annotation. The article considers theoretical aspects of assessment of the market potential of the enterprises of small and average business, on the basis of the analysis of subpotentials.

Key words: market potential, sub-potentials, small and medium business.

Важность развития малого и среднего предпринимательства как одного из факторов модернизации российской экономики и общества в целом была подчеркнута Президентом страны. В.В. Путин заявил, что "развитие малого и среднего предпринимательства – не только одно из ключевых условий обновления страны, обновления экономики, повышения её устойчивости, но и в целом нашего успешного развития вперёд, реализации того огромного, творческого, созидательного, предпринимательского потенциала, который, безусловно, есть у нашего народа". В современных условиях разработка теоретических аспектов оценки основных направлений рыночного потенциала предприятий малого и среднего бизнеса на основе совершенствования методов его оценки в условиях инноваций является основополагающей задачей российской экономики [10].

Понятие рыночного потенциала относится к специфическому сектору региональной экономики – малому и среднему бизнесу.

Решение задач, стоящих перед малыми и средними предпринимателями в стратегической перспективе, напрямую связано с активизацией рыночного потенциала в современной деловой среде [2]. Определение рыночного потенциала как степени проявления экономического потенциала на конкретном рынке под влиянием факторов внешней среды сводит задачу его оценки, прежде всего, к оценке экономического потенциала.

Практически все авторы, занимающиеся исследованием феномена малого и среднего предпринимательства, отмечают его существенную роль для национальной экономики [4].

Для оценки экономического потенциала предприятия в настоящее время используются различные методы, характеристика основных из них представлена в таблице 1

Таблица 1 Характеристика основных методов оценки экономического потенциала предприятия

Наименование метода	Характеристика метода	Автор(ы) источник
Методы оценки рыночной стоимости предприятия	Включает 3 метода: - доходный, при котором экономический потенциал предприятия оценивается исходя из размера чистого потока экономических результатов от его использования; - рыночный (сравнительный), оценка экономического потенциала предприятия на базе сравнения с аналогами; - имущественный (затратный) – оценка экономического потенциала предприятия исходя из суммы расходов на его формирование и использование.	[1]
Метод, основанный на расчёте частных показателей, рассчитанных для каждого субпотенциала экономического потенциала предприятия	Рассчитываются частные показатели, характеризующие следующие субпотенциалы экономического потенциала предприятия: производственного, трудового, финансового, инвестиционного, инновационного, интеллектуального, информационного, ресурсного, маркетингового, управленческого и предпринимательского	[3]
Интегральная оценка экономического потенциала	Рассчитываются индексы частных показателей в разрезе субпотенциалов экономического потенциала для которых устанавливаются весовые коэффициенты, с учётом которых	[6]

	производится интегральная оценка экономического потенциала	
Оценка экономического потенциала предприятия с использованием теории корреляции	Находится уравнение, характеризующее связь результативного признака (экономического потенциала) с обуславливающими его факторами	[5]

Таким образом, можно сделать вывод, что наличие разнообразных методов оценки экономического потенциала предприятия позволит произвести обоснованную его оценку для предприятий малого и среднего бизнеса и создать основу для определения их рыночного потенциала.

Функциональные составляющие рыночного потенциала непосредственно связаны с его структурой. Большинство исследователей рыночного потенциала предприятия признают его структурный характер, однако по-разному формируют состав элементов, характеризующих структуру [7].

Так, например, Черкасов В.В., разрабатывая теоретические аспекты оценки рыночного потенциала считает, что рыночный потенциал предприятия – Π , можно описать следующей функциональной зависимостью [9]:

$$\Pi = f(\Pi_1, \Pi_2, \Pi_3, \Pi_4)$$

где Π_1 – потенциал трудовых (человеческих) ресурсов;

Π_2 – потенциал материально-производственных ресурсов предприятия;

Π_3 – потенциал финансовых ресурсов;

Π_4 – потенциал рыночных информационных ресурсов.

В структуре рыночного потенциала выделяет блок ресурсов и блок системы управления [8]. При этом в блоке ресурсов автор выделяет: предметы и средства труда, финансовые, трудовые и информационные ресурсы. Управленческий блок включает в себя такие компоненты как планирование, организация стимулирование и контроль.

Подчёркивая взаимосвязь внешней среды и субъектов хозяйствования ряд авторов выделяет функциональные составляющие рыночного потенциала предприятия (таблица 2).

Таблица 2 Функциональные составляющие рыночного потенциала предприятия [5]

Функциональные составляющие рыночного потенциала	Содержание функциональных составляющих рыночного потенциала
Исследование рыночной среды	Сбор информации о состоянии рынка, определение характеристики рынка, оценка рыночного потенциала работающих в определённом сегменте, исследование конъюнктурных тенденций, исследование и анализ товарной, сбытовой, потребительской, производственной, торговой, рекламной сфер, изучение товаров (услуг) и деятельности конкурентов, источников снабжения и других факторов, оценка возможных рисков и путей максимизации прибыли.
Планирование товарного ассортимента и услуг	Создание новых товаров и модернизация выпускаемых, разработка ассортиментной структуры, подбор деловых партнеров, приспособление технико-экономических, эстетических, эргодинамических характеристик и эксплуатационных качеств к потребностям заказчиков (потребителей) и др.
Ценообразование	Планирование систем и уровней цен, сроков кредитов, скидок и т.д. в зависимости от конъюнктуры рынка, курсов валют, действий конкурентов, жизненного цикла товаров и др.
Продвижение товаров на рынок	Исследование каналов распространения товаров; анализ и прогноз сбыта; определение торговых квот; сбыт товаров через торговую сеть, оптовиков и посредников; определение места и способов складирования, транспортировки; формирование партий товаров, оптимальных для транспортировки, и др.
Сбытовая политика, и рекламная деятельность	Обеспечение условий для устойчивой реализации товаров на рынке путём сочетания рекламы, разного рода экономических воздействий, некоммерческих престижных мероприятий, предназначенных для создания благоприятного воздействия на покупателей (потребителей) продукции, а также рекламы в форме переговоров, встреч со специалистами и т.д.
Стимулирующее воздействие на организацию и управление производством	Содействие обеспечению соответствия технического уровня и качества продукции и производства высшему мировому уровню; регулирование затрат; создание условий для рационального использования всех видов ресурсов, т.е. ориентация всей деятельности предприятия на наиболее полное удовлетворение нужд потребителя и на достижения превосходства над конкурентами.
Формирование деловой репутации	Выявление неудовлетворённого платёжеспособного спроса и потенциальных потребностей потребителей каждого конкретного рынка, разработка и внедрение соответствующих мероприятий по их своевременному и качественному удовлетворению и др.
Анализ экономической и деловой активности	Анализ конкурентоспособности, выпускаемой (реализуемой) продукции; исследование качества и производительности трудовых и материальных ресурсов организации и затрат по их содержанию; определение уровня затрат на финансирование организации и др.
Финансовая политика	Максимизация прибыли предприятия; оптимизация структуры капитала и обеспечение его финансовой устойчивости; обеспечение инвестиционной привлекательности предприятия и др.
Принятие	Эффективные управленческие решения и создание эффективного

Таким образом, можно сделать вывод, что оценки рыночного потенциала предприятий малого и среднего бизнеса широко используются в отечественной литературе, но требуют дополнительного тщательного изучения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аверина О.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник / О.И. Аверина, В.В. Давыдова, Н.И. Редименова. – М.: КноРус, 2016. – 432 с.
2. Акперов И.Г., Миронова О.А. Реализация политики импортозамещения в Ростовской области: потенциал, проблемы, результаты // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2016. - № 1. – С. 6-19.
3. Андреева А.А. Методическое обеспечение оценки экономического потенциала организации // Евразийский научный журнал. – 2015. - №10.
4. Брюханова Н.В. Проблема выбора специального налогового режима для субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих электронную торговлю // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2018. – Т.4, № 1. – С. 7-15.
5. Горбунова В.Б. Методика оценки экономического потенциала предприятия с использованием теории корреляции // Управление экономическими системами. – 2014. - №10.
6. Ибрагимов Р.С., Головкин Д.С. Методические основы оценки экономического потенциала предприятия // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. – 2016. - №3(47)
7. Мурадова С.Ш., Ткачук Е.Щ. Совершенствование стратегии развития предприятия инфокоммуникационной сферы ПАО «Ростелеком» // Научные основы современного программаЖ сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа, 2016. – С. 91-94.

8. Снитко Л.Т., Чужинова Ю.А. Значимость регионального потенциала в стратегическом управлении предприятием // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2015. - №2.
9. Черкасов В.В. Механизм реализации рыночного потенциала предприятий как фактор роста национальной промышленности // Экономика и управление. Экономическое право. – 2011. - №4. – с. 261 – 265.
10. Кузнецова И.С. Методы исследования операций для экспресс оценки бизнеса малого предприятия // Экономика и предпринимательство. – № 10-3 (75). – 2016, с. 805-808.