

І. О. Жувагіна,

к. е. н., викладач кафедри економіки та організації виробництва, Первомайський політехнічний інститут Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова

ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

I. A. Zhuvagina,

Ph.D., lecturer in economics and organization of production,

Pervomaisky Polytechnic Institute National University of Shipbuilding named after admiral Makarov, Pervomaysk

EVALUATION OF BUSINESS CLIMATE RETAILERS

Обґрунтовано теоретико-методичні положення та розроблено практичні рекомендації щодо здійснення комплексної оцінки зовнішньої складової інвестиційного потенціалу — інвестиційної привабливості. Представлено алгоритм показників, що дозволяють здійснити оцінку інвестиційної привабливості підприємств роздрібною торгівлі в умовах мінливого середовища. Надано узагальнюючу кількісну характеристику інвестиційній привабливості з урахуванням галузевої приналежності господарюючих суб'єктів.

Theoretic — methodical principles and practical recommendations concerning the implementation of a comprehensive assessment of the external component of the investment potential — investment attractiveness. The algorithm parameters, which allow to evaluate the investment attractiveness of retailers in a changing environment. Courtesy of generalized quantitative evaluation of investment attractiveness of accounting industry sector businesses.

Ключові слова: ринкова економіка, підприємства, роздрібна торгівля, інвестиційний потенціал, інвестиційна привабливість, показники, Україна.

Key words: market economy, enterprise, retail, investment potential and investment attractiveness indices, Ukraine.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

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 [1].

АНАЛІЗ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблеми оцінки інвестиційної привабливості підприємств досліджувалися багатьма відомими науковцями, зокрема: С. Козьменко, І. Куліковим, О. Лапіним, П. Пе-

рервою, Л., Новосьоловою З., Пилюшенко В. та ін. Проблеми врахування галузевої специфіки знайшли своє відбиття в роботах Боліновської Н., Ващенко Н., Власової Н., Гречиної І., Краснокутської Н., Черної М.В. та ін.

Однак окремі аспекти теоретичного обґрунтування та методичного забезпечення оцінки інвестиційного потенціалу потребують уточнення. Так, проблема оцінки інвестиційної привабливості підприємств роздрібною торгівлі не є системно розробленою внаслідок її розгляду як одного з аспектів оцінки економічного потенціалу підприємства в цілому; відсутнє достатнє висвітлення принципово важливих питань, пов'язаних із цілісною, системною і комплексною оцінкою інвестиційної привабливості, що враховує галузеві особливості діяльності підприємств роздрібною торгівлі. Крім того, перманентна трансформація конкурентних умов вітчизняного споживчого ринку викликає необхідність удосконалення теоретико-методичних підходів оцінки, у тому числі формуванні адекватної моделі оцінки інвестиційного привабливості підприємств роздрібною торгівлі.

МЕТА СТАТТІ

Мета статті полягає в обґрунтуванні теоретико-методичних положень щодо оцінки інвестиційної привабливості підприємств роздрібною торгівлі та визначення алгоритму

розрахунку показників відповідно до галузевої специфіки.

Для дослідження зазначеної проблематики пропонується проаналізувати систему показників, що використовуються для здійснення загальної оцінки інвестиційної привабливості підприємств, адаптувати їх до галузевої специфіки та дослідити динаміку. Здійснити імплементацію запропонованого підходу на прикладі обраної сукупності мережних підприємств роздрібною торгівлі України.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕНЬ

Проведене 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 роздрібною торгівлі та доцільності вкладання в нього коштів у порівнянні з іншими підприємствами, було проведено її оцінку в підприємствах роздрібною торгівлі.

На споживчому ринку України у 2012 році працювало понад 11 тис. підприємств роздрібною торгівлі, що відрізнялися за форматами, спеціалізацією, організаційно-правовими формами діяльності тощо.

Найбільш активний розвиток протягом останніх 10 років спостерігався саме в мережних підприємствах роздрібною торгівлі [7]. Крім того, такі підприємства роздрібною 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 роздрібною торгівлі, яка складається з 10 роздрібних торговельних мереж формату "супермаркет", сферою економічної діяльності яких є роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах із перевагою продовольчого асортименту. 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 (табл. 1).

Базуючись на групуванні методів із позиції їх придатності для оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі, вважаємо доцільним використовувати їх під час оцінки 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 [5].

У даній роботі пропонується знівелювати означені раніше недоліки цієї методики наступними шляхами:

Таблиця 1. Перелік мережних підприємств роздрібною торгівлі

№ з/п	Назва підприємства	Торговельна площа, м ²		
		2010	2011	2012
1	ВАТ «Базис»	7380	10800	10800
2	ТОВ «Восторг»	6121	6121	6121
3	ВАТ «Гранд Маркет»	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

- по-перше, вибором з наведених показників основних, найбільш важливих для підприємств роздрібною торгівлі;
- по-друге, проведенням розрахунків за сукупністю підприємств роздрібною торгівлі, що дозволить порівняти їх інвестиційну привабливість.

Пропонований у методиці інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій перелік показників є досить великим. Тому для її проведення було обрано основні, найбільш суттєві й відповідні галузевій специфіці показники, які дозволяють надати об'єктивну характеристику явищу, що вивчається [6]. 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 роздрібною торгівлі (табл. 2).

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 торго-

Таблиця 2. Алгоритм розрахунку показників для оцінки інвестиційної привабливості підприємств роздрібною торгівлі

Показник	Алгоритм розрахунку	Норматив / напрям
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	↔; ↑
3.2. Коефіцієнт рентабельності активів	Кр.а. = Чистий прибуток / Середньорічна вартість активів	↔; ↑
3.3. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	Кр.в.к. = Чистий прибуток / Середня величина власного капіталу	↔; ↑
3.4. Коефіцієнт оборотності активів	Ко.а. = Виручка від реалізації / Середньорічна вартість активів	↔; ↑
3.5. Коефіцієнт оборотності товарних запасів	Ко.т.з. = Виручка від реалізації / Середньорічна вартість товарних запасів	↔; ↑

Джерело: складено автором на основі методики [5].

Таблиця 3. Інтегральний показник інвестиційної привабливості мережних підприємств роздрібною торгівлі

Підприємство	2010	2011	2012
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

вельними, кредитними та іншими операціями платіжного характеру.

Відтак, усі наведені коефіцієнти є достатніми для визначення загального інтегрального показника інвестиційної привабливості підприємства роздрібною торгівлі.

В основі методу інтегральної оцінки інвестиційної привабливості лежать наступні два припущення [2; 5].

1. Окремо взяте підприємство роздрібною торгівлі, незалежно від його підпорядкованості чи інвестиційної непривабливості цілого регіону, може бути інвестиційно привабливим, 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.

Інтегральне значення показника інвестиційної привабливості підприємства роздрібною торгівлі втілює в собі значення усіх обраних показників, задіяних у методі під час визначення цієї привабливості.

Розрахунок інтегрального показника ведеться за формулою:

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

де m — кількість груп;

n — кількість показників;

B_{ij} — значення вагомості j -го показника в i -ій групі;

R_{ij} — ранжоване значення j -го показника з i -ої групи.

Під час визначення інтегрального показника необхідно дотримуватися таких вимог:

— ретельно добирати найбільш важливі показники фінансово-господарської діяльності підприємства роздрібною торгівлі;

— аналізувати показники, що відібрані для визначення інтегрального показника з погляду їх дублювання;

— здійснювати розрахунок показників за даними точного обліку та фінансової звітності підприємства роздрібною торгівлі;

— зіставляти дані за однаковий звітний період.

Інтегральне значення показника інвестиційної привабливості мережних підприємств досліджуваної сукупності наведені в таблиці 3.

За результатами проведеного оцінювання, інвестиційно привабливими із тенденцією до зростання значень інтегрального показника протягом 2010—2012 рр. були торговельні мережі ВАТ "Базис", ТОВ "Край" і ТОВ "Восторг". Достатньо привабливими, незважаючи на тенденцію до зростання 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 2012 р. у порівнянні з 2010 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.

ВИСНОВКИ

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.

Література:

1. Виноградова О.В. Оценка эффективности инвестирования в малый бизнес / О.В. Виноградова, И.М. Фабрая // Актуальные проблемы международных отношений. — Вип. 47. — К.: КНУ им. Т. Шевченко ИМО, 2005. — С. 129—142.

2. Власова Н.О. Формування оптимальної структури капіталу в підприємствах роздрібною торгівлі / Н.О. Власова, Л.І. Безгінова. — Харків: Харк. держ. університет харчування та торгівлі, 2006. — 160 с.

3. 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.

4. Колчкова О.В. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку: дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / О.В. Колчкова. — Харків, 2011. — 194 с.

5. 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.

6. Пилюшенко В.Л. Методологические аспекты оценки инвестиционного потенциала предприятий / В.Л. Пилюшенко, И.В. Шкробак // Менеджер. — 2000. — № 5. — С. 107—112.

7. Роздрібна торгівля України у 2000—2010 роках: статистичний збірник / Державна служба статистики України. — К., 2011. — 191 с.

Стаття надійшла до редакції 19.03.2013 р.