

Зауважимо, що зазначені особливості здійснюють вплив на учасників системи стратегічного управління маркетинговою діяльністю, на їхні взаємозв'язки та на структуру.

Потрібно відмітити, що стратегічне управління маркетинговою діяльністю пройшло певну еволюцію у своєму розвитку. Тому доцільно виокремити такі етапи його розвитку:

1. Бюджетне планування.
2. Довгострокове планування.
3. Стратегічне планування.
4. Стратегічне управління.
5. Стратегічне підприємництво.

На основі вищевикладеного можна зробити висновок, що управління маркетинговою діяльністю може розглядатись як підсистема у складі стратегічного управління. Тому маркетингова орієнтація підприємства надає можливість використання стратегічного підходу до управління і маркетинг об'єктивно є філософією стратегічного управління розвитком підприємства.

Н.В. ГНЕСІНА, аспірант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

МОЖЛИВОСТІ ТА ОБМЕЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ БІЗНЕСУ

Бізнесові комплекси, до яких відносяться і ІТ-компанії, є важливою та невід'ємною складовою всього господарчого комплексу країни. Вони працюють в умовах досить жорсткого, конкурентного ринку. Це означає, що при оцінюванні їх вартості будь-яким методом, треба враховувати не тільки внутрішні складові, якість об'єкту і т.п., а й зовнішні обставини і умови їх функціонування. Саме тому використання методів капіталізації, які по своїй природі є ринковими, виглядає досить обґрунтованим і доцільним.

Методи капіталізації базуються на використанні середніх співвідношень між поточними значеннями деяких економічних показників діяльності підприємства і його ринковою вартістю на даний момент на конкретному ринку.

Існує 2 види методів капіталізації – пряма та непряма капіталізація. Пряма капіталізація використовується для досить сталого, довготермінового бізнесу, де можна обрати якийсь

стабільний економічний показник, значення якого виступає базою для подальших розрахунків. Цей базовий показник є індивідуальним для різних бізнесів. Наприклад, для машинобудівних заводів це – річний обсяг виробництва продукції та запаси незавершеної продукції та матеріальних цінностей, для ІТ компанії – це річний обсяг продукції, тощо. Оскільки в даному випадку мова йде про сталий бізнес впродовж тривалого часу, можна брати середнє річне значення цих величин за декілька років або їх значення за якийсь типовий рік, близький до моменту оцінки. Значення коефіцієнту капіталізації також повинно бути специфічним для даного бізнесу та умов продажів на період оцінки. Краще за все розраховувати його по даним продажів аналогічних бізнесів з урахуванням особливостей конкретного ринку та інших умов. Принципово ті ж самі міркування можуть бути сформульовані і при розрахунках за допомогою мультиплікатора.

Непряма капіталізація використовується при більш динамічному бізнесі, який може змінюватись під впливом зовнішніх або внутрішніх обставин. В такому разі треба розрахувати чистий дисконтований грошовий потік за всі роки періоду, впродовж якого передбачається функціонування об'єкту (розрахунковий період), виявити вплив різного роду ризиків – також по роках, а також врахувати ліквідаційну вартість об'єкту, яку він матиме після закінчення терміну експлуатації. Одержана таким чином величина – це вже основа для встановлення ринкової вартості об'єкту. Перевага методів непрямой порівняно з прямою в тому, що тут розрахунки проводяться безпосередньо за кожний рік, і існує можливість урахувати більш обґрунтоване, реальне значення чистого прибутку і інших показників, ніж це робиться при прямій капіталізації за допомогою коефіцієнта капіталізації або мультиплікатора. Звісно, що трудомісткість такого розрахунку більша, ніж при прямій капіталізації, але при цьому одержується більш адекватний результат.

Таким чином, для оцінювання бізнесових об'єктів можна використовувати весь арсенал методів капіталізації, але в будь-якому випадку спочатку треба ретельно проаналізувати зовнішнє середовище, умови конкретного ринку для того, щоб визначити базові параметри розрахунків – коефіцієнт капіталізації, мультиплікатор або норму дисконтування. Тільки в

такому разі можна розраховувати на одержання адекватного результату.

Література: 1. **Чиркова Е.В.** Как оценить бизнес по аналогии: пособие по использованию рыночных коэффициентов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 225с. 2. **Есипов В., Маховикова Г., Терехова В.** Оценка бизнеса – СПб.: Питер, 2002.– 416 с. 3. **Сударкина С., Гнесина Н., Радзивинович К.** Оценка стоимости машин и оборудования. – Харьков, Mag press, 2009, 126с.

Т.А. ДЯЧЕНКО, асистент, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

В умовах поступового світового підвищення цін на енергоносії та інші ресурси проблема ефективного їх використання набуває все більшої значущості та актуальності. Світова економічна криза загострює дану проблему. Крім того, українська економіка характеризується більш екстенсивним шляхом розвитку в порівнянні з західними країнами. Тому для стратегічного розвитку українських підприємств й посилення їх конкурентної позиції як на національному, так і на світовому ринках, вкрай важливим є підвищення ефективності використання ресурсів, що залучаються ними. Для розуміння можливих шляхів вирішення даної проблеми, підприємствам необхідно проводити аналіз ефективності використання наявних ресурсів. Серед безлічі фінансово-економічних показників ми пропонуємо для здійснення поставленої задачі використовувати показники оборотності та рентабельності ресурсів. Показники рентабельності дають змогу побачити той фінансовий результат, який приносить кожна одиниця ресурсу. Чим більше показники рентабельності, тим ефективніше використовуються ресурси. Показники оборотності також свідчать про існуючий рівень ефективності використання ресурсів, оскільки від них залежить величина ресурсів, необхідних для підприємства. Чим вищими є показники оборотності, тим ефективніше використовуються ресурси. Однак, аналіз літератури [1,5] та методик з розрахунку фінансових показників [2,4] свідчить, що конкретні нормативні значення даних показників не розроблено, а відтак, задача оцінки ступеня ефективності використання ресурсів на підприємствах ускладнюється. Тому для її розв'язання ми пропонуємо в якості бази для порівняння використовувати середні значення показників оборотності та рентабельності,