

16. ИНФОРМАЦИЯ О КОНКУРЕНТАХ

16.2. Изучение рыночного потенциала организации средствами бизнес-разведки

Рыночный потенциал предприятия (РПП) – возможность управлять ресурсами предприятия на различных стадиях его развития для эффективного взаимодействия с рынком.

Виды потенциала предприятия:

1. Внутренний;
2. Внешний.

Основные составляющие рыночного потенциала:

1. Ресурсы;
2. Управление и стратегическое планирование;
3. Маркетинг.

Оценка рыночного потенциала предприятия (бизнеса) – постоянно осуществляемая функция, которую необходимо реализовывать для определения степени влияния инновационно-инвестиционной деятельности на рыночную стоимость предприятия [1].

Особенности:

1. Оценка предприятия в качестве юридического лица, имеющего на балансе определенное имущество. Такой подход характерен для нашей страны, когда оценка бизнеса предприятия отождествляется с оценкой его имущества.
2. Права собственности, технологии, конкурентные преимущества и активы, материальные и нематериальные, которые дают возможность зарабатывать такие доходы.

Бизнес-линия – это совокупность прав собственности, долгосрочных привилегий, конкурентных преимуществ, специального и универсального имущества, технологий, а также контрактов, которые обеспечивают возможность получения определенного дохода.

Бизнес-линии служат в качестве [2]:

- продуктовых линий либо инвестиционных проектов (бизнес-линии в широком смысле);
- совокупности контрактов, обеспечивающих закупочные и сбытовые линии бизнеса (бизнес-линии в узком смысле).

Оценка рыночного потенциала:

1. Оценка имущества по видам стоимости;
2. Оценка бизнес-линии:
 - 2.1. Оценка долей совладельцев;
 - 2.2. Оценка индивидуального имущества;
 - 2.3. Оценка инвестиционных проектов;

2.4. Оценка контрактов.

Потенциал предприятия – это совокупность находящихся в распоряжении предприятия «стратегических» ресурсов, имеющих определяющее значение для функционирования коммерческой модели деятельности предприятия в определенных условиях.

Конкурентный потенциал предприятия – это система комплексного использования ресурсов, которая характеризуется соответствующими количественными и качественными показателями (параметрами) и отражает возможности деятельности в условиях быстро изменяющейся внешней среды.

К основным показателям оценки конечных результатов использования **потенциала предприятия** относят:

- 1) эффективность использования привлекаемых инвестиций (заемного капитала);
- 2) эффективность использования собственного основного и оборотного капитала;
- 3) коэффициенты использования производственных площадей, а также складских помещений и т. д.

Ресурсный потенциал – это интегральная числовая оценка эффективности использования в процессе предпринимательской деятельности различных видов ресурсов, необходимых для производства и сбыта готовой продукции.

Основные виды ресурсного потенциала:

1. Техничко-технологический;
2. Кадровый.

Потенциал маркетинга – это числовая оценка, отражающая наличие у предприятия реальной возможности своевременно отслеживать и оперативно реагировать на всевозможные изменения в макро- и микросреде.

Логистический потенциал отражает способность предприятия реализовывать логистические функции и операции при достижении максимально возможных конечных результатов и минимально необходимых затрат.

Потенциал жизненного цикла предприятия – это показатель, характеризующий наличие у предприятия объективных предпосылок для дальнейшего успешного развития бизнеса. Предприятия, которые находятся на заключительной стадии своего развития (жизненного цикла), таких предпосылок обычно не имеют или они близки к нулю.

Кризис – это период нестабильности бизнеса компании, вызванного факторами как внешней, так и внутренней среды.

В **экономическом смысле** кризис означает дефицит денежных средств для поддержания текущей хозяйственной и финансовой деятельности компании.

Классификация:

1. Стратегическое развитие предприятия – кризис роста, стагнации или упадка.
2. Стадии жизненного цикла предприятия – кризис основания, роста и старости.
3. Агрегированное состояние – при этом различают латентный и острый кризисы.

4. Причины кризисов – экзогенные (внутренние) и эндогенные (внешние).

Механизм антикризисного управления заключается в разработке и внедрении системы управленческих мер по диагностике, предупреждению, нейтрализации и преодолению кризисных явлений и их причин на всех уровнях экономики предприятия.

Меры воздействия на несостоятельное предприятие:

1. Смена собственника;
2. Назначение арбитражного управляющего;
3. Выставление части имущества на аукцион;
4. Привлечение займа;
5. Передача предприятия в трастовое управление;
6. Реорганизация предприятия;
7. Ликвидация предприятия.

Под **банкротством предприятия** или любого другого хозяйствующего субъекта понимается неспособность его удовлетворить требования кредиторов по оплате товаров (работ, услуг), включая невозможность обеспечить обязательные платежи в бюджет и внебюджетные фонды, в связи с превышением обязательств должника над его имуществом.

Согласно закону 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)», наличие у предприятия имущества, превышающего общий объем кредиторской задолженности, выступает **гарантией его способности восстановить платежеспособность**, что служит основанием для использования процедуры внешнего управления.

Признание должника банкротом влечет за собой открытие конкурсного производства, означающего, что срок исполнения всех денежных обязательств должника наступил.

При этом **прекращается начисление неустоек, финансовых санкций и процентов по задолженности должника**. С этого момента все требования к должнику могут быть предъявлены только в пределах конкурсного производства.

Виды банкротства [3]:

1. **Банкротство бизнеса** связано с неэффективным управлением предприятием, неумелой маркетинговой стратегией и т. п.
2. **Банкротство собственника** вызвано отсутствием инвестиций в оборотный капитал для осуществления простого воспроизводства.
3. **Банкротство производства** – ситуация, когда выпускается неконкурентоспособная продукция и требуется дальнейшая диверсификация производства.

Список использованных источников

1. Зюзина Н. Н., Старков Е. М. Оценка рыночного потенциала предприятия// Экономика и социум. № 2. 2016. с.365-367.
2. Постюшков А. В. Инвестиционная стоимость как основной стандарт оценки инвестиционного потенциала промышленного предприятия // Российское предпринимательство. №8. 2008. С.56–59.
3. Бессонова Е. А., Воронова М. М. Диагностика риска банкротства – объективная необходимость для российской экономики// Известия Юго-западного Государственного Университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. № 2. 2012. С.153–157.