

## **Основные подходы к оценке и анализу коммерческого потенциала предприятия**

Подобед Н.А.

Белорусский национальный технический университет

Коммерческий потенциал, важнейшая составляющая успешного предприятия, представляет собой комплекс ресурсов и возможностей по их использованию, которые могут быть вовлечены в процесс осуществления хозяйственной деятельности. Для того чтобы провести анализ эффективности использования коммерческого потенциала, необходимо сначала его оценить.

Основные подходы к оценке коммерческого потенциала предприятия можно разделить на три группы: затратные – определяется сумма затрат на создание предприятия; сравнительные – сравнение потенциала с аналогами; результативные - определение величины коммерческого потенциала по величине чистого финансового потока предприятия.

Оценка коммерческого потенциала относится к категории методов комплексной оценки деятельности предприятия и может быть выполнена без расчета единого интегрального показателя (неформализованные методики) или с расчетом единого интегрального показателя (формализованные методики).

Применение неформализованных методов при оценке коммерческого потенциала основано на экспертных оценках. О наличии положительной или отрицательной динамики свидетельствуют темпы роста показателей, но общая количественная оценка в данном случае невозможна.

Самым распространенным методом оценки коммерческого потенциала предприятия является метод расчета современной стоимости чистой прибыли, которую предполагается получить в будущем, т.е. метод капитализации дохода предприятия.

Целесообразно совершенствовать методику оценки коммерческого потенциала путем включения в его состав экономического потенциала, как важнейшей характеристики возможности дальнейшего развития предприятия. Кроме того, расчет составляющих показателей в динамике и сопоставление с рекомендуемыми значениями позволит определить тенденции изменения коммерческого потенциала.

Для анализа коммерческого потенциала организации необходимо структурировать основные элементы коммерческого потенциала предприятия: финансово-инвестиционный, маркетинговый, производственно-технический, трудовой, инновационный и экономический потенциал.