

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ
з дисципліни «Потенціал і розвиток підприємства»
для студентів напрямку підготовки
6.030504 «Економіка підприємства»

Харків, ХНАДУ 2017

Тема 1. ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА, СУТНІСТЬ І СТРУКТУРА

1. Сутнісно-змістова еволюція терміна “потенціал”.
2. Загальна характеристика потенціалу підприємства.
3. Структура потенціалу підприємства.
4. Графоаналітична модель потенціалу підприємства.

1. Сутнісно-змістова еволюція терміна “потенціал”.

Термін “потенціал” у своєму етимологічному значенні походить від латинського слова “potentia” і означає “потужність, сила, приховані можливості”.

Таким чином, терміни “потенціал”, “потенційний” означають наявність у кого-небудь (будь-то окремо взята людина, первинний робочий колектив, суспільство в цілому) прихованих можливостей, які ще не виявилися, або здатності діяти у відповідних сферах.

У розвитку сучасних уявлень про потенціал можна виділити **три напрямки**.

Представники *першого ресурсного* стверджують, що потенціал – це сукупність необхідних для функціонування або розвитку системи різних видів ресурсів.

Друга група авторів розглядає потенціал як систему матеріальних та трудових **факторів** (умов, складових), що забезпечують досягнення мети виробництва.

Учені *третього напрямку* розглядають потенціал як **здатність** комплексу ресурсів економічної системи виконувати поставлені перед нею завдання. Потенціал, на їхню думку, – це цілісне уявлення про єдність структури і функції об’єкта, вияв їх взаємозв’язку.

2. Загальна характеристика потенціалу підприємства.

Основний зміст поняття “**потенціал підприємства**” полягає в інтегральному відображенні (оцінці) поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага, максимально задовольняючи в такий спосіб корпоративні та суспільні інтереси.

Потенціал підприємства характеризується **чотирма основними рисами**.

1 риса. Потенціал підприємства визначається його реальними можливостями в тій чи іншій сфері соціально-економічної діяльності, причому не тільки реалізованими, а й нереалізованими з будь-яких причин.

2 риса. Можливості будь-якого підприємства здебільшого залежать від наявності ресурсів і резервів (економічних, соціальних), не залучених у виробництво. Тому потенціал підприємства характеризується також і певним обсягом ресурсів, як залучених у виробництво, так і ні, але підготовлених для використання.

3 риса. Потенціал підприємства визначається не тільки і не стільки наявними можливостями, але ще й навичками різних категорій персоналу до його використання з метою виробництва товарів, здійснення послуг (робіт), отримання максимального доходу (прибутку) і забезпечення ефективного функціонування та сталого розвитку виробничо-комерційної системи.

4 риса. Рівень і результати реалізації потенціалу підприємства (обсяги виробленої продукції або отриманого доходу (прибутку)) визначаються також формою підприємництва та адекватною їй організаційною структурою.

3. Структура потенціалу підприємства.

Під **структурою** системи, якою є потенціал підприємства, розуміють мережу найбільш суттєвих, стійких (інваріантних) зв’язків між елементами.

Об’єктні складові пов’язані з матеріально-речовинною та особовою формою потенціалу підприємства. Вони споживаються й відтворюються в тій чи іншій формі в процесі функціонування.

До них належить: інноваційний потенціал, виробничий потенціал, фінансовий потенціал та потенціал відтворення.

Інноваційний потенціал – сукупні можливості підприємства щодо генерації, сприйняття та впровадження нових (радикальних і модифікованих) ідей для його системного технічного, організаційного та управлінського оновлення.

Виробничий потенціал – наявні та приховані можливості підприємства щодо залучення та використання факторів виробництва для випуску максимально можливого обсягу продукції (послуг). Його слід також трактувати як сукупність функціонуючих ресурсів, які здатні виробляти певний обсяг продукції. Тому виробничий потенціал є поліструктурною системою. До його складу входять:

- *потенціал землі та природнокліматичні умови* – можливості підприємства щодо використання сукупних природних багатств у господарській діяльності;
- *потенціал основних фондів* – наявні та приховані можливості основних фондів, які формують техніко-технологічний базис виробничої потужності підприємства;
- *потенціал оборотних фондів* – це частина виробничого капіталу підприємства у вигляді певної сукупності предметів праці, які перебувають у виробничих запасах, незавершеному виробництві, напівфабрикатах власного виготовлення й витратах майбутніх періодів;
- *потенціал нематеріальних активів* – сукупність можливостей підприємства використовувати права на нові чи існуючі продукти інтелектуальної праці у господарському процесі з метою реалізації корпоративних інтересів на основі задоволення суспільних потреб;
- *потенціал технологічного персоналу* – здатність працівників виробляти різні продукти, надавати послуги чи виконувати роботи.

Фінансовий потенціал – це обсяг власних, позикових та залучених фінансових ресурсів підприємства, який знаходиться в його розпорядженні для здійснення поточних і перспективних витрат.

Інвестиційний потенціал – головна складова фінансового потенціалу – наявні та приховані можливості підприємства щодо простого й розширеного відтворення.

Потенціал відтворення – сукупність матеріально-технічних, нематеріальних, фінансових та інших ресурсів капіталу. Які знаходяться у розпорядженні підприємства, можуть бути додатково залучені та використані для простого й розширеного відтворення факторів виробництва та інших складових потенціалу підприємства.

Суб'єктні складові пов'язані із суспільною формою їх прояву. Вони не споживаються, а виступають як передумова, як загальноекономічний, загальногосподарський соціальний чинник раціонального використання об'єктних складових.

До суб'єктних складових потенціалу підприємства відносять:

Науково-технічний потенціал – узагальнююча характеристика рівня наукового забезпечення виробництва: науки, техніки, технології, інженерної справи, виробничого досвіду, можливостей та ресурсів, які є у розпорядженні підприємства для вирішення науково-технічних проблем.

Управлінський потенціал – це навички та здібності керівників усіх рівнів менеджменту щодо формування, організації, створення належних умов для функціонування та розвитку соціально-економічної системи підприємства. У найбільш загальному вигляді він є інтеграцією функціонально-структурних та нематеріальних елементів.

Потенціал організаційної структури управління – загально корпоративний управлінський (формальний та неформальний) механізм функціонування підприємства, який втілює у собі рівень організації функціональних елементів системи та характер взаємозв'язків між ними.

Маркетинговий потенціал – це максимальна можливість підприємства щодо систематизованого та планомірного спрямування всіх його функцій (визначення потреб і попиту, організації виробництва, продажу та післяпродажного обслуговування) на задоволення потреб

споживачів і використання потенційних ринків збуту. у структурі маркетингового потенціалу окремо виділяють

логістичний потенціал – максимальна продуктивність (функціональна спроможність) системно інтегрованих підрозділів, які охоплюють усі види діяльності щодо переміщення в просторі та руху в часі: персоналу – перевезення співробітників, розміщення їх по службових приміщеннях, переміщення згідно з часовим графіком роботи; матеріалів і готових виробів – транспортування, складування, збереження, сортування і перерозподіл; енергетичних та інформаційних потоків – передача, обробка, збереження і трансформація.

Окреме місце в структурі потенціалу займають трудовий, інфраструктурний та інформаційний потенціал, їх не можна однозначно віднести **ані до суб'єктних, ані до об'єктних складових.**

Трудовий потенціал – це персоніфікована робоча сила, яка розглядається в сукупності своїх якісних характеристик. Дане поняття дозволяє, по-перше, оцінити ступінь використання потенційних можливостей як окремо узятого працівника, так і їхньої сукупності, що необхідно для активізації людського фактора, по-друге, забезпечити якісну (структурну) збалансованість у розвитку особистого і уречевленого факторів виробництва.

Інфраструктурний потенціал – збалансовані з вимогами виробництва можливості цехів, господарств і служб, які забезпечують необхідні умови для діяльності основних підрозділів підприємства та задоволення соціальних потреб його персоналу.

Інформаційний потенціал – це єдність організаційно-технічних та інформаційних можливостей, які забезпечують підготовку та прийняття управлінських рішень і впливають на характер (специфіку) виробництва через збір, зберігання (накопичення), обробку та розповсюдження інформаційних ресурсів. У складі інформаційного потенціалу можна окремо виділити

Інформаційно-обчислювальний потенціал – комплекс технічних, програмно-математичних, організаційно-економічних засобів і наявність спеціальних кадрів, призначений для автоматизації процесу вирішення задач управління підприємством у різних галузях людської діяльності.

4. Графоаналітична модель потенціалу підприємства.

У 1998 році в наукових працях І.М.Репіної вперше запропоновано графоаналітичний метод діагностики підприємницького потенціалу підприємства, названий автором “квадрат потенціалу”.

Такий метод **дає можливість** системно встановити кількісні та якісні зв'язки між окремими елементами потенціалу, рівень його розвитку та конкурентоспроможності і на підставі цього обґрунтувати та своєчасно реалізувати управлінські рішення щодо підвищення ефективності функціонування підприємства.

Метод має кілька теоретичних аспектів, які необхідно враховувати за обґрунтування управлінських рішень.

У найзагальнішому вигляді графічна модель потенціалу, призначена для проведення діагностики можливостей підприємства, має форму сфери. Така форма репрезентує всі напрямки діяльності підприємства і тим самим розкриває діалектику його потенціалу. Але на практиці важко користуватися сферичною формою для оцінки потенціалу підприємства. Тому пропонують з метою аналізу спростити графічну модель до форми кола чи до іншої фігури залежно від вибору кількості напрямків діагностики потенційних можливостей.

Узагальнюючи наявний досвід у практиці діагностики, вважають, що діагностику потенціалу підприємства доцільно проводити методом порівняльної комплексної рейтингової оцінки за допомогою системи показників за такими **функціональними блоками:**

1 блок – “Виробництво, розподіл та збут продукції” – необхідно проаналізувати: обсяг, структуру та темпи виробництва, фонди виробництва, наявний парк обладнання і рівень його

го використання, місцезнаходження виробництва та наявність інфраструктури, екологію виробництва, стан продажу.

2 блок – “Організаційна структура та менеджмент” – розглядається: організація і система управління, кількісний і якісний склад робітників, рівень менеджменту, культура фірми.

3 блок – “Маркетинг” – досліджують: ринок, товар та канали збуту, нововведення, комунікаційні зв’язки, інформація та реклама, маркетингові плани і програми.

4 блок – “Фінанси” – потребує аналізу фінансового стану підприємства за допомогою коефіцієнтів: рентабельності, ефективності, ділової активності, ринкової стійкості, ліквідності тощо.

В основу розрахунку кінцевої рейтингової оцінки покладається порівнювання підприємств за кожним показником з чотирьох названих функціональних блоків з умовним еталонним підприємством або з реальним підприємством, що має найкращі результати на ринку. Таким чином, базою для рейтингової оцінки стану та рівня використання підприємницького потенціалу є не суб’єктивні думки експертів, притаманні більшості інших методик оцінювання, а найвищі результати, досягнуті в реальній конкурентній боротьбі.

Алгоритм графоаналітичного методу оцінки потенціалу підприємства “Квадрат потенціалу”:

1. Вихідні дані подаються у вигляді матриці (a_{ij}), тобто таблиці, де в рядках записані номери показників ($i=1,2,3,\dots,n$), а в стовпцях – назви підприємств, потенціал яких аналізують ($j = 1,2,3,\dots m$).
2. Для кожного показника знаходять його найкраще значення з урахуванням коефіцієнта чутливості і проводять ранжирування підприємств з визначенням відповідного місця.
3. Для кожного підприємства знаходять суму місць (P_j), отриманих у процесі ранжирування за формулою:

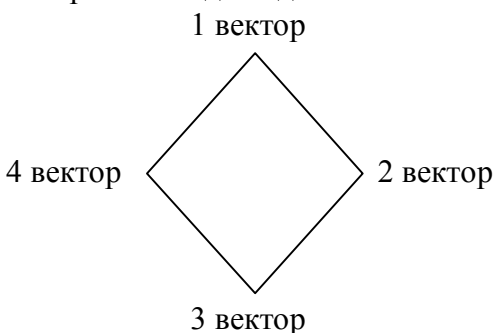
$$P_j = \sum_{i=1}^n a_{ij}$$

4. Трансформуємо отриману в ході ранжирування суму місць (P_j) у довжину вектора, що створює квадрат потенціалу підприємства. Квадрат потенціалу підприємства має чотири зони відповідно до розділів (k), які застосовані у розглянутій системі показників, та чотири вектори (B), що створюють його.

Отже, довжину вектора, що створює квадрат потенціалу підприємства (B_k , де $k = 1,2,3,4$), знаходимо за допомогою формули:

$$B_k = 100 - (P_j - n) \frac{100}{n(m-1)}$$

5. Визначивши довжину всіх векторів, накреслюємо квадрат потенціалу підприємства і робимо відповідні висновки.



Графоаналітичний метод аналізу має кілька особливих **теоретичних аспектів**, які необхідно враховувати при його використанні:

1. Форма квадрата потенціалу може бути двох типів. Перший тип має правильну форму квадрата (тобто вектори, що створюють його, є однаковими або наближаються до цього). Таке підприємство матиме збалансований потенціал, що є запорукою успіху його діяльності. Другий тип має спотворену форму квадрата з таких причин: або один вектор розвинутий більше за інші (“хворобливий” вектор), або всі вектори розвинуті по-різному (дисгармонія векторів). Якщо квадрат потенціалу наближається до другого типу, то підприємницький потенціал потребує негайних перетворень у напрямку поліпшення збалансованості його елементів.

2. Потенціали підприємства можна класифікувати за розмірами як великі (довжина векторів перебуває в межах 70-100), середні (у межах 30-70), малі (до 30 умовних одиниць).

3. Зовнішній контур квадрата окреслює можливості підприємства щодо досягнення оптимальних параметрів потенціалу.

4. Другий та третій вектори квадрата потенціалу (“Організаційна структура та менеджмент”, “Маркетинг”) свідчать про наявність передумов дальшого розвитку потенціалу підприємства.

5. Четвертий вектор (“Фінанси”) є результативним і характеризує успішність функціонування підприємства.

Існує зв'язок між формою та розміром квадрата потенціалу підприємства і його життєвим циклом. На першій стадії - стадії розвитку – перебувають підприємства з формою потенціалу другого типу і можливостями його перетворення від малого до середнього за час проходження стадії. На другій стадії – стадії успіху – розташовані підприємства, форма потенціалу яких належить до першого типу й існує можливість перетворення його із середнього на великий. Стадія занепаду свідчить про негативні явища, що відбуваються з потенціалом підприємства, тобто про перехід до другої форми потенціалу та зменшення його розміру від великого до середнього, а потім і до малого.

Тема 2. ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

1. Теоретичні основи формування потенціалу як інтегрованої економічної системи.
2. Методичні основи формування потенціалу підприємств.
3. Сучасні тенденції та особливості формування потенціалу підприємства залежно від специфіки підприємницької діяльності.

1. Теоретичні основи формування потенціалу як інтегрованої економічної системи

Формування потенціалу підприємства – це процес ідентифікації та створення спектра підприємницьких можливостей, його структуризації та побудови певних організаційних форм, задля стабільного розвитку та ефективного відтворення.

Постулати формування потенціалу підприємства.

1. потенціал підприємства – це складна система пересічних характеристик його *елементів*, причому останні можуть тою чи іншою мірою заміщати один одного, тобто вони *альтернативні*
2. потенціал підприємства неможливо сформувати на базі механічного додавання складових елементів, оскільки це – *динамічна структура*
3. при формуванні потенціалу підприємства *діє закон синергії* його елементів
4. потенціал підприємства у вищих формах свого прояву *може самостійно трансформуватися* з появою нових складових елементів
5. елементи потенціалу підприємства повинні функціонувати одночасно і в сукупності, оскільки закономірності розвитку можливостей підприємства не можуть бути розкриті

окремо, а тільки в їх поєднанні, що потребує досягнення збалансованого *оптимального співвідношення між елементами*.

6. усі елементи потенціалу *об'єктивно пов'язані з функціонуванням і розвитком підприємства*, тобто з одного боку – підлягають фізичному та техніко-економічному старінню, а з іншого – вони чутливі до досягнень науково-технічного прогресу.
7. складові *елементи* потенціалу підприємства повинні *бути адекватними характеристикам продукції і послуг*, що виробляються на підприємстві.

2. Методичні основи формування потенціалу підприємств.

Методика вартісної оцінки розміру складових елементів потенціалу.

1. Фондовий потенціал (ФП) визначається за формулою:

$$ФП = ОФ \times Ен,$$

де ОФ – середньорічна вартість основних виробничих фондів,

Ен – нормативний коефіцієнт ефективності капітальних вкладень.

2. Потенціал оборотних фондів (ОП):

$$ОП = М \times Км,$$

де М-річний обсяг матеріалів,

Км- коефіцієнт витягу продукції з ресурсної маси, який визначається відношенням вартості матеріальних ресурсів, використаних на виробництво продукції, до загальної вартості матеріальних ресурсів, спожитих підприємством..

3. Потенціал нематеріальних активів (НП):

$$НП = \sum_1^n (Не \times Ен),$$

де Не – експертна оцінка вартості нематеріальних активів та вартість землі, яка вираховується згідно з методикою, прийнятою на державному рівні.

4. Потенціал технологічного персоналу (ПТП):

$$ПТП = А \times Ч \times Нт,$$

де А – оцінка одиниці живої праці,

Ч- середньорічна чисельність промислово-виробничого персоналу,

Нт – коефіцієнт реалізації потенціалу технологічного персоналу, що приймається на рівні нормативу ефективності капітальних вкладень.

$$А = Пп \times (\Delta\Phi_o / \Delta\Pi_n),$$

де Пп – продуктивність праці одного працівника.

$\Delta\Phi_o$ - збільшення фондоозброєності праці одного працівника у базовому періоді,

$\Delta\Pi_n$ – збільшення продуктивності праці одного працівника в базовому періоді.

5. Виробничий потенціал вираховується як сума його складових частин:

$$ВП = ФП + ОП + НП + ПТП$$

6. Управлінський (УП), інноваційний (ІП), Фінансовий (ФінП), маркетинговий (МП), науково-технічний (НТП), інформаційний (Пінф), Інфраструктурний (Пінфр) потенціали та потенціал ОСУ (ПОСУ) визначаються часткою витрат на їх формування, яка припадає на рік, що обирається для аналізу.

7. Обсяг потенціалу підприємства (ПП) – це інтегральний показник, який розраховується як сума потенціалів усіх складових.

Ефект синергії й оптимізація структури потенціалу підприємства

Закон синергії стверджує, що для будь-якої системи (підприємства, організації, фірми) існує такий набір елементів, при якому її потенціал завжди буде або значно більше простої суми потенціалів елементів, що до неї входять, або суттєво меншим.

Синергія може мати двояку користь: пряму й опосередковану.

Пряма користь – збільшення чистих грошових потоків від найбільш повного використання потенціалу підприємства. Вона має місце при операційній, управлінській та фінансовій синергії.

Операційна синергія – економія на операційних видатках за рахунок взаємодії маркетингового, фінансового та логістичного потенціалів.

Управлінська синергія – економія за рахунок оптимального формування потенціалу організаційної системи управління.

Фінансова синергія – економія за рахунок змін підходів щодо формування фінансового потенціалу підприємства.

Опосередкована користь – збільшення вартості потенціалу підприємства або зміна мультиплікатора ціна/прибуток.

Процес оптимізації структури потенціалу підприємства слід проводити за наступними етапами:

1. формування системи цілей підприємства (стратегічні, тактичні, поточні; для всього підприємства, його підрозділів, а також окремих видів діяльності);
2. визначення необхідного для кожної цілі набору стратегічних ресурсів.
3. оцінка альтернативних варіантів наборів ресурсів.
4. провести раціональний розподіл обмежених ресурсів.
5. оцінити отриманий результат.

3. Сучасні тенденції та особливості формування потенціалу підприємства залежно від специфіки підприємницької діяльності.

Сьогодні в періодичних виданнях і наукових працях домінують дві точки зору на оцінку сучасного етапу суспільного розвитку: індустріальна та соціальна. Перша з них визначає ключовим фактором розвитку техніко-технологічну базу виробництва, а друга – соціально-трудова фактор. Відповідно до цього, сучасні тенденції формування потенціалу підприємства також побудовані на цих двох концепціях.

- Основа формування потенціалу сучасних підприємств – персонал.
- Поступове проникнення прогресивних теоретичних концепцій у практику позначилося деформуванням структури потенціалу підприємств. Сьогодні більшість підприємств, розуміючи цінність власного персоналу, намагаються за будь-яких умов зберегти кваліфікованих працівників.
- Важливою особливістю потенціалу сучасних підприємств є його інформатизація. Що також тісно пов'язана з соціально-трудова складовою. Зв'язок реалізується через процеси накопичення та обробки комерційної інформації персоналом підприємства в процесі ведення бізнесу.
- Нарощування темпів науково-технічного прогресу визначає зростання частки основних фондів в елементній структурі потенціалу сучасних підприємств. Хоча на вітчизняних підприємствах ця тенденція обумовлена скороченням усіх інших елементів.

В основі аналізу галузевих особливостей формування потенціалу підприємств лежить специфічність технологічних процесів, особливості організації виробництва, відмінності в характеристиках кінцевого продукту та ресурсів для його виробництва, відмінностях ринків збуту тощо.

Тема 3. ПОТЕНЦІАЛ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства та її рівні.
2. Методи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства.
3. Прикладні моделі оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства

1. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства та її рівні.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства – комплексна порівняльна характеристика, яка відображає ступінь переваги сукупності показників оцінки можливостей підприємства, що визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу по відношенню до сукупності аналогічних показників підприємств-конкурентів.

Рівні конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

Залежно від глобалізації цілей дослідження:

- | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| 1. світове лідерство | 2. світовий стандарт |
| 3. національне лідерство | 4. національний стандарт |
| 5. галузеве лідерство | 6. галузевий стандарт |
| 7. пороговий рівень (якщо підприємство знаходиться нижче порогового рівня, то його потенціал вважається неконкурентоспроможним) | |

Залежно від фокусування на функції управління:

1 рівень. Для підприємств характерно розглядати організацію апарату управління як внутрішньо нейтрального елемента потенціалу. Роль керівника зводиться до випуску продукції, не піклуючись про проблеми конкурентоспроможності та задоволення потреб споживача.

2 рівень. Підприємства намагаються зробити виробничий елемент потенціалу „зовнішньо нейтральним”. Це означає, що потенціал підприємства повинен повністю відповідати стандартам, які встановлені його основними конкурентами.

3 рівень. Керівники підприємства розуміють свої переваги в конкуренції на ринку дещо по-іншому, ніж їхні основні суперники, та намагаються не дотримуватися загальних стандартів виробництва, які встановилися в галузі. На цих підприємствах виробнича складова потенціалу підлягає сильному впливу з боку елемента управління, що сприяє її розвитку та вдосконаленню.

4 рівень. Успіх у конкурентній боротьбі стає не стільки функцією виробництва, скільки функцією управління та залежить від якості, ефективності управління, організації виробництва. Дані підприємства забезпечують собі лідируюче положення на ринку на довгий час.

2. Методи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності спрямована на чотири їх головні класифікаційні ознаки:

1. за напрямком формування інформаційної бази

- критеріальні (К) – за інформаційну базу беруть абсолютні (натуральні або вартісні) значення ключових показників. За належного інформаційного забезпечення ці методи є найточнішими.
- експертні (Е) – прості у використанні, не потребують збирання повної інформації про конкурентів, оскільки базуються на думці досвідчених фахівців. Проте перевага таких методів є водночас і їхнім недоліком, бо іноді суб'єктивізм експертів може спотворювати результати оцінки.

2. за способом відображення кінцевих результатів виділяють:

- графічні (Г) – забезпечують найвищий рівень сприйняття кінцевих результатів оцінки, інтегровані у графічних об'єктах (рисунок, графіки, діаграми та ін.)
- математичні (М) – базуються на факторних моделях оцінки, які полягають у розрахунку одного (інтегрального) показника або кількох цифрових значень показників, за якими фор-

мується остаточна оцінка. Ці методи вважають найточнішими, хоч іноді вони потребують обтяжливих математичних обчислень, тобто спеціальної підготовки працівників.

- логістичні (Л) – є алгоритмізованими методами оцінки які базуються на логічних припущеннях.

3. за можливістю розробки управлінських рішень

- одномоментні (О) – це статичні методи тому. Що оцінюють тільки фактичний стан справ, не забезпечуючи можливості розроблення заходів на перспективу.
- стратегічні (С) – уможливають не тільки оцінку стану конкурентоспроможності потенціалу підприємства на конкретну дату, а й розроблення стратегічних заходів з поліпшення цього потенціалу.

4. за способом оцінки.

- індикаторні (І) – ґрунтуються на використанні системи індикаторів, за допомогою якої проводиться оцінка конкурентоспроможності потенціалу підприємства і національної економіки в цілому. Під індикатором розуміють сукупність характеристик, які дають змогу у формалізованому вигляді описати стан параметрів того чи іншого об'єкта, що досліджується, і на цій підставі сформулювати рекомендації з підвищення результативності функціонування об'єкта. Кожен індикатор, у свою чергу, розпадається на низку показників, які відображають стан окремих елементів досліджуваного об'єкта. Отже постає складне завдання з відбору найвагоміших індикаторів для оцінки кожного щодо названих факторів.

- матричні (табличні) (Т) – в основу цих методів покладено ідею розгляду процесів конкуренції в їх взаємозалежності та динаміці. Використовуючи матричні методи, управлінці мають змогу оцінити рівень конкурентоспроможності потенціалу не тільки свого підприємства, а й найближчих конкурентів, що допоможе розробити стратегію поведінки на ринку.

У таблиці представлено перелік існуючих методів оцінки конкурентоспроможності із зазначенням класифікаційної ознаки та групи до якої вони належать.

Таблиця

Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності

Метод оцінки конкурентоспроможності	Класифікаційна ознака			
	1	2	3	4
1. Теорія конкурентних переваг М. Портера	К	Г	С	М
2. Аналіз конкурентоспроможності фірм Ж-Ж. Ламбена	К	Г	С	М
3. SWOT – аналіз	Е	Г	С	М
4. Модель аналізу Мак-Кінсі 7 S	К	Г	С	М
5. Метод вивчення профілю об'єкта	Е	Г	С	М
6. Метод набору конкурентоспроможних елементів	К	Г	С	І
7. Графічна методика Зав'ялова	Е	Г	О	І
8. Аналіз конкурентоспроможності за системою 111-555	Е	М	О	І
9. Формалізований метод Іванова	К	М	С	І
10. Методика Ансофа щодо КСФ	К	М	О	І
11. Метод Градова щодо детермінантів „націон. ромбу”	К	М	О	І
12. Метод американської асоціації управління	Е	М	О	І
13. Метод порівнянь	Е	М	О	І
14. Метод рангів	Е	М	С	І
15. Метод інтегрального критерію	К	М	О	І
16. Метод таксономічного показника	К	М	О	І
17. STEP – аналіз	Е	Л	С	М
18. SPACE- аналіз	К	Л	С	М
19. GAP – аналіз	К	Л	С	І
20. LOTS – аналіз	К	Л	С	І
21. PIMS - аналіз	К	Л	С	І

1. Теорія конкурентних переваг М. Портера.

Конкурентні переваги, якими може володіти підприємство, поділяються на 2 основні види: більш низькі ціни за рахунок низьких витрат і диференціація товарів.

Залежно від конкурентних переваг та сфери конкуренції М. Портер виділяє наступні типи стратегії фірми:

- 1) „лідер в економії витрат” виготовляє продукцію невисокої, але задовільної якості, однак собівартість його продукції нижча ніж у підприємства, яке спеціалізується на диференціації товару.
- 2) „концентрація на витратах” передбачає, що підприємство пропонує прості й стандартні товари з малими витратами і низькими цінами.
- 3) „диференціація товару” – підприємство пропонує широкий вибір високоякісної продукції.
- 4) „фокусування диференціації” – пропонування підприємством на ринок товару. На якому був зроблений акцент, за високою якістю.

2. Аналіз конкурентоспроможності фірм Ж-Ж. Ламбена

Ж-Ж. Ламбен вперше виокремлює зовнішні і внутрішні конкурентні переваги.

Зовнішні конкурентні переваги – це ті відмінні якості товару, які створюють цінність для покупця. Підприємство має зовнішні конкурентні переваги тоді, коли воно може примусити ринок прийняти його ціну на товар, яка є вищою за ціни конкурентів, що випускають аналогічну продукцію, але без відповідної відмінної характеристики. По суті це перевага в більш високому рівні цін на основі якісних характеристик (за М. Портером - перевага в диференціації товарів)

Внутрішні конкурентні переваги базуються на лідерстві фірми у витратах. Таке положення може бути досягнуте за рахунок зменшення витрат на виробництво шляхом: введення організаційного і виробничого ноу-хау фірми, доступу до більш дешевих джерел сировини і матеріалів, власного пошуку фірмою методу зниження витрат на виробництво та реалізацію товарів. Це перевага в більш низькій собівартості продукції в порівнянні з конкурентами.

3. SWOT – аналіз

Має на меті дослідити у взаємозв'язку такі групи факторів: сильні сторони, слабкі сторони, можливості, загрози. Побудована на основі проведеного дослідження матриця _ дає змогу проаналізувати парні комбінації сильних і слабких сторін з можливостями і загрозами, а також виявити пріоритетні сфери ділової активності та сформулювати управлінські акценти.

	Сильні сторони (переваги)	Слабкі сторони
Можливості	1 Стратегія „Максі-Максі” $\text{П} > \text{С}$ $\text{М} > \text{З}$	2 Стратегія „Міні-Максі” $\text{С} > \text{П}$ $\text{М} > \text{З}$
Загрози	3 Стратегія „Максі-Міні” $\text{П} > \text{С}$ $\text{З} > \text{М}$	4 Стратегія „Міні-Міні” $\text{С} > \text{П}$ $\text{З} > \text{М}$

Рис. Стратегічні рекомендації SWOT – аналізу

Після перевірки взаємного впливу факторів за допомогою матриці SWOT – аналізу можна визначити чотири різновиди корпоративної стратегії фірми:

1. „Максі-Максі” – стратегія, яка використовує сильні сторони фірми для реалізації зовнішніх можливостей.

У цій ситуації фірма повинна вживати активні дії для зміцнення своєї позиції на ринку шляхом збільшення своєї частки, диверсифікації продуктів, виведення на ринок товарів-новинок. Сприятлива фінансова ситуація дозволяє виділяти додаткові кошти на науково-дослідні роботи, збільшувати фінансовий портфель, поглинати дрібних конкурентів тощо.

2. „Міні-Максі” – стратегія, спрямована на мінімізацію слабких сторін фірми на основі використання зовнішніх можливостей.

Фірма повинна прагнути посилити конкурентні позиції у тих галузях, де це можливо, з одночасною ліквідацією (продажем) слабких господарських підрозділів. Доцільно концентрувати увагу на зниженні рівня витрат і підвищенні конкурентоспроможності продукції.

3. „Максі-Міні” – стратегія, яка використовує сильні сторони фірми для знешкодження зовнішніх загроз.

Фірма опинилася в досить поганій ситуації. Вони повинні використовувати свої сильні сторони, які переважають, для нейтралізації зовнішніх загроз, а не для зростання, тобто переходити до позиційної оборони. Ці фірми можуть вибірково здійснювати „контратаки” – завойовувати окремі ринкові ніші, але більшість зусиль має спрямовуватися на стримування наступу конкурентів і підготовку до активних дій у майбутньому, коли можливості будуть переважати загрози.

4. „Міні-Міні” – стратегія спрямована на мінімізацію слабких сторін фірми та уникнення зовнішніх загроз.

Найскладніша ситуація. Фірма вимушена поступово згортати діяльність, перепрофільовуватись, реінвестувати кошти в інші галузі тощо. Лише в окремих випадках фірма може ризикнути залишитися, наприклад, з допомогою об’єднання з іншою фірмою.

4. Модель аналізу Мак-Кінсі 7 S

Назва моделі походить від назви компанії і семи факторів, які впливають на розвиток фірми, семи слів, які починаються на англійській мові на букву „**S**” (стратегія, навички, загальноприйняті цінності, структура, системи (правила, процеси), кадри (структура, досвід), стиль поведінки). Ця модель розроблена консалтинговою фірмою „Мак-Кінсі” з США.

В основу методу покладені такі основні оціночні показники: стратегічний стан фірми, привабливість ринку.

Стратегічний стан фірми рекомендується оцінювати за такими показниками: співставна потужність фірми, частка ринку, порівнювана рентабельність, чистий дохід, технологічний стан, керівництво та персонал...

Привабливість ринку рекомендується оцінювати за такими показниками: абсолютна ємність ринку, темпи зростання ринку, ціноутворення, структура конкуренції, галузева норма прибутку ...

Недоліки методу: при оцінюванні всіх наведених факторів за 5-бальною шкалою велике значення має суб’єктивність оцінювання; подані рекомендації для реалізації стратегії, що наведені в матриці носять поверховий характер. За останні роки ці рекомендації піддаються суворій критиці через негативні наслідки їх реалізації.

5. Метод вивчення профілю об’єкта

Передбачає створення профілю об’єкта, що аналізується. Під профілем розуміють суму характеристик даного об’єкта, - завдяки яким він відомий цільовій групі споживачів. Таким чином, корпоративний профіль – це образ компанії чи її продукції, який уявляє собі цільова група. Характеристики, що приводяться до будь-якого об’єкта, кількісно вимірюються від 0 до 100 балів. „Профіль” є засобом чи інструментом візуального аналізу об’єкта. Споживач чи будь-яка організація може за даною методикою проаналізувати і оцінити будь-яку фірму, в будь-якій сфері діяльності.

Основною перевагою метода є можливість виокремлення значної кількості конкурентних переваг та їх кількісного виміру. Його недоліком – суб'єктивність оцінки характеристик, що може вплинути на точність оцінювання.

6. Аналіз конкурентоспроможності за системою 111-555

Експертний інститут Торгово-промислової палати Росії в 1996р. Запропонував систему, яка ґрунтується на експертному оцінюванні таких чинників:

- конкурентоспроможність продукції
- якість продукції
- ціна продукції.

Шкала оцінювання була обрана від 0 до 5 балів, причому один бал означає низький рівень чинника на думку експерта, а п'ять балів – високий рівень. Зрозуміло, що для ціни продукції один бал – це найкраща оцінка, а для конкурентоспроможності та якості продукції – найгірша.

За результатами досліджень були отримані такі класичні сполучення:

551 – традиційне (висока конкурентоспроможність, висока якість, низька ціна). Це найкраще сполучення з погляду забезпечення та утримання конкурентоспроможності, характерне для багатьох товарів японських і американських фірм, деяких європейських фірм.

555 – європейське (усе високе)

511 – східно-азіатське (висока конкурентоспроможність при низькій якості та низькій ціні).

7. Методика Ансофа щодо КСФ

І. Ансофф розглядає конкурентну силу фірми, її конкурентний статус як своєрідний показник положення фірми на ринку. Кількісна оцінка показника конкурентної сили (КС) визначається за формулою:

$$КС = \frac{I_f - I_k}{I_o - I_k} * \frac{S_f}{S_o} * \frac{C_f}{C_o}$$

де I_f - рівень стратегічних капіталовкладень фірми

I_k - критичний рівень обсягу капіталовкладень, з якого починається одержання доходу

I_o - оптимальний рівень капіталовкладень, що забезпечує максимум доходу

S_f - оцінка діючої стратегії фірми; S_o – оцінка оптимальної стратегії фірми

C_f – оцінка наявних можливостей; C_o – оцінка оптимальних можливостей

Якщо $0 < КС \leq 0,4$ - слабка позиція $0,4 < КС \leq 0,7$ - середня позиція

$0,7 < КС \leq 1$ - сильна позиція

Складність полягає в розмитості поняття „оптимальна стратегія”, „оптимальні можливості фірми”, що, як і будь-які інші експертні оцінки, можуть бути далекими від реальності. Крім того, по кожному елементу стратегічного потенціалу повинні визначатися параметри ресурсів, які можуть забезпечити досягнення цілей фірми на відповідному етапі життєвого циклу конкурентної переваги.

8. Методика Градова щодо детермінантів „національного ромбу”

М. Портер на основі аналізу статистичних матеріалів галузей промисловості восьми промислово розвинутих країн виявив найбільш важливі причини успіхів та невдач в конкурентній боротьбі фірм цих країн. Їм запропонована оригінальна концепція конкурентної переваги країни. Основою цієї концепції є ідея так званого „національного ромбу”, що розкриває чотири властивості (детермінанти) країни, що формують конкурентне середовище, в якому діють фірми даної країни. „Національний ромб” характеризує систему детермінантів

конкурентних переваг, компоненти якої взаємодіють, створюють ефект цілісності, тобто підсилюють, або послаблюють потенціальний рівень конкурентних переваг фірм даної країни.

До складу детермінантів входять:

- a. параметри факторів – матеріальні та нематеріальні умови необхідні для формування конкурентної переваги в самому виробничому процесі фірми, а також в країні її базування.
- b. стратегія фірми, їх структура і суперництво
- c. параметри попиту (вимоги покупців до якості товарів, еластичність попиту за ціною, рівень доходу, національні традиції і т. П)
- d. споріднені і підтримуючі галузі.

В загальну систему Портер включає також

- „випадкові події” (винахідництво, великий технологічний прорив, різкі зміни цін на ресурси, значні зміни на світових фінансових ринках чи в обмінних курсах, злети світового чи місцевого попиту, політичні рішення місцевих і закордонних урядів, війни та інші фарсмажорні обставини)

- „дії уряду”

Градov А.П. додатково вводить ще одну детермінанту „роль приватизації підприємств” на період становлення ринкових відносин (поява приватних підприємств – інвестиції)

9.Метод порівнянь

Полягає у прямому визначенні переваг і недоліків підприємств-конкурентів за окремими індикаторами – показниками конкурентоспроможності, що мають бути визначені на етапі ідентифікації ключових індикаторів конкурентоспроможності.

Застосування даного методу передбачає порівняння підприємства, що оцінюється, тільки з одним підприємством-конкурентом. За кожним ключовим показником конкурентоспроможності визначається не тільки позиція оцінюваного підприємства, а й кількісний розрив у досягнутих значеннях.

10.Метод рангів

Передбачає порівняння об'єкта оцінки з групою підприємств-конкурентів та дозволяє визначити його місце в конкурентній боротьбі, випереджальні чинники успіху, а також такі, результати за якими гірші, ніж у конкурентів. Загальна сума рангів за всіма ключовими індикаторами дозволяє визначити підприємство лідера і аутсайдерів. Даний метод є простим і не вимагає спеціального математичного апарату. Водночас метод рангів усереднює ступінь впливу кожного з ключових індикаторів на рівень конкурентоспроможності, не дозволяє оцінити ступінь відставання підприємства від його основного конкурента.

11. STEP – аналіз

Відомий метод, але використовується надзвичайно рідко. Назва за початковими буквами англійських слів: суспільство, технологія, економіка, політика. Даний метод є засобом дослідження зовнішнього середовища підприємства, основним завданням даного аналізу є мінімізація впливу негативних факторів та можливості використання інших. Аналіз здійснюється за схемою „чинник-підприємство”. Результати аналізу оформлюються у вигляді матриці, на горизонтальній осі якої визначаються чинники макросередовища, на вертикальній – сила їхнього впливу в балах, рангах або інших одиницях виміру

12. SPACE- аналіз

Логічне продовження **SWOT – аналізу** Однак його основні ідеї недостатньо використовуються не лише в практиці діяльності підприємств, але й на рівні методичних розробок та рекомендацій. В основу аналізу закладена ідея, що стратегічна конкурентна позиція підприємства є функцією фінансової стійкості (сили) підприємства та конкурентоспроможності продукції.

Може застосовуватися для оцінки сильних та слабких сторін діяльності невеликих підприємств за такими групами критеріїв:

- 1) фінансова сила підприємства (ФС);
- 2) конкурентоспроможність підприємства (КП);
- 3) привабливість галузі (ПГ);
- 4) стабільність галузі (СГ).

Для оцінки фінансової сили підприємства використовують показники рентабельності інвестицій, динаміки прибутку та рівня фінансової стійкості (залежності від зовнішніх зобов'язань);

Для оцінки конкурентоспроможності підприємства – показники долі підприємства на ринку, рентабельності реалізації продукції та конкурентоспроможності продукції;

Привабливість галузі визначається рівнем її прибутковості, стадією життєвого циклу, залежністю від ринкової кон'юнктури;

Стабільність галузі – стабільністю прибутку, рівнем розвитку інноваційної діяльності та маркетинговими й рекламними можливостями.

Кожен показник, що характеризує ключові критерії, оцінюється за десятибальною шкалою на основі порівняння фактичних значень фінансових коефіцієнтів із нормальним їх рівнем для підприємства та на основі вивчення статистичної інформації щодо економічного становища галузі.

Після отримання зважених оцінок ключових критеріїв будують вектор рекомендованої стратегії в системі координат ***SPACE***. Початок вектора знаходиться в точці початку координат, кінець вектора знаходиться в точці А з координатами:

$$X = ПГ - КП, \quad Y = ФС - СГ$$

Положення вектора визначає тип рекомендованої стратегії (консервативна, захисна, конкурентна, агресивна) для зміцнення конкурентних позицій.

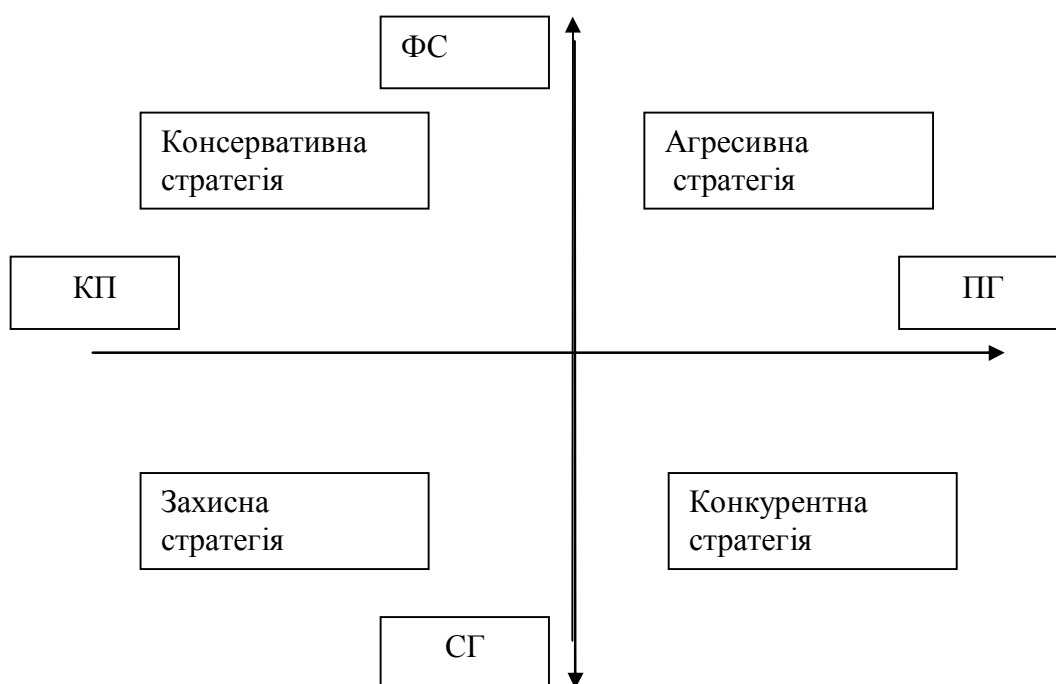


Рис. Визначення вектора рекомендованої стратегії

13. GAP – аналіз

Етапи аналізу:

1. Попереднє формування цілей на один рік, три роки, п'ять років.
2. Прогноз динаміки норми прибутку у зв'язку зі встановленими цілями для існуючих підприємств.

3. Встановлення розбіжностей між цілями і прогнозами.
4. Визначення альтернатив здійснення інвестицій для кожного підприємства.
5. Визначення загальних альтернативних конкурентних позицій для кожного підприємства і прогноз результатів.
6. Розгляд інвестицій і альтернатив цінової стратегії для кожного підприємства.
7. Погодження цілей стратегії кожного підприємства з перспективами портфеля в цілому.
8. Встановлення розбіжностей між попередніми цілями діяльності та прогнозом для кожного підприємства.
9. Уточнення профілю можливого придбання нових підприємств.
10. Визначення набору ресурсів, необхідних для таких придбань, і характеру їх можливого впливу.
11. Перегляд цілей і стратегій існуючих підприємств з метою створення цих ресурсів.

Даний аналіз можна використовувати як для групи підприємств, так і для одного підприємства. Його можна ще назвати організаційною атакою на ліквідацію розбіжностей між бажаною та прогнозованою конкурентоспроможністю.

14. LOTS – аналіз

Метод було розроблено у 1980 році в Швеції. **LOTS** у перекладі зі шведської мови означає „лоцман”. Даний метод включає детальне, послідовне обговорення низки проблем бізнесу на різних рівнях і різному ступені складності: від корпоративної місії компанії в цілому до індивідуального проекту в середині підприємства.

Обговорення включає дев'ять етапів і стосується: існуючого стану; стратегії; довгострокових цілей; короткострокових цілей; методів і об'єктів аналізу; кадрового потенціалу; планів розвитку; організації менеджменту; звітності.

При обговоренні цих проблем можуть бути використані різні моделі ділової стратегії і способи вирішення задач. Кінцевою метою є розробка позиції, яка дозволить компанії, підрозділу чи окремому індивідууму правильно будувати свої взаємовідносини із зовнішнім оточенням, збільшуючи, таким чином, свою конкурентоспроможність.

15. PIMS – аналіз

Це метод аналізу впливу ринкової стратегії на прибуток. Був розроблений у середині 60-х років у компанії „Дженерал Електрик”. Являє собою спробу звести всі змінні, які впливають на довгострокову прибутковість компанії. Ця модель, що використовує приблизно тридцять змінних, дозволяє виявити біля 67% чинників успіху компанії.

Модель складається з бази даних, що налічує біля 3000 підприємств, головним чином північноамериканських і європейських компаній. За допомогою моделі можна порівнювати дані, які характеризують діяльність підприємств, функціонуючих у відповідній галузі, з даними емпіричного матеріалу моделі. Використання емпіричного матеріалу є великою перевагою моделі, тому що дозволяє скоротити розбіжності між абстрактним (теоретичним) і конкретним (практичним).

Вирішальні чинники прибутковості для будь-якої галузі ділять на три групи:

1. конкурентна ситуація (частка ринку +, відносна частка ринку +, відносна якість продукту +)
2. виробнича ситуація (капітал/сума продажу –, капітал/додану вартість –, ступінь використання виробничих потужностей +, продуктивність праці +)
3. ринкова ситуація (зростання +, капіталомісткість –, витрати на маркетинг / сума продажу –, сума покупок –)

(знак „+” означає позитивний ефект на прибутковість, а знак „–”, негативний. Фактори проран жовані.)

Найбільш сильний вплив на норму прибутку (в порядку зростання) справляють: продуктивність праці, відносна доля компанії на ринку, відносна якість продукту, капіталомісткість.

Значна перевага моделі закладена у спробі виміряти відносну якість продукту, оскільки вирішальною умовою успіху в бізнесі є задоволення потреб споживачів. У цій моделі передбачається оцінити відповідність структури виробництва структурі потреб.

База даних моделі формується в Бостонському інституті стратегічного планування.

За іншим джерелом змінні показники були згруповані в п'ять класів:

1. Привабливість ринкових умов (швидкість зростання галузі в довгостроковій перспективі (4-10 років), швидкість зростання галузі в короткостроковій перспективі (до 3 років), стадія життєвого циклу продукту)
2. Сила конкурентних позицій (ринкова доля, відносна ринкова доля, відносна якість продукту)
3. Ефективність використання інвестицій (інтенсивність інвестицій (сумарні інвестиції, віднесені до обсягу продажів, і сумарні інвестиції, віднесені до доданої вартості), інтенсивність основного капіталу (відношення основного капіталу до обсягу продажів), процент використання виробничих потужностей).
4. Використання бюджету за наступними напрямками (витрати на маркетинг відносно обсягів продажів, витрати на наукові дослідження відносно обсягу продажів, витрати на нові продукти відносно обсягу продажів)
5. поточні зміни в положенні на ринку (зміна ринкової частки)

4. Прикладні моделі оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства

Прикладні моделі поєднують кілька класифікаційних ознак, розглянуто три з них:

Індикаторний метод оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства за економічними і соціальними стандартами було запропоновано російськими дослідниками в підручнику „Ринкова економіка” 1992р. Видання. Він дає можливість інтегрально оцінити конкурентоспроможність потенціалу підприємства з економічного й соціального боку.

Метод експертних оцінок використовується за недостатнього інформаційного забезпечення. Експерти оцінюють конкурентоспроможність потенціалу підприємства з позиції управління підприємством, виробництва, маркетингу, кадрів, продукту, фінансів.

Метод набору конкурентоспроможних елементів забезпечує поетапне дослідження конкурентоспроможності потенціалу підприємства, починаючи з порівняльної оцінки найвагоміших складових: конкурентоспроможність продукції, конкурентоспроможність системи управління, конкурентоспроможність техніко-технологічної бази і т.ін.

Індикаторний метод оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства за економічними і соціальними стандартами

Різні співвідношення доходів та ресурсів (капіталу, праці, часу) за порівняння з аналогічними стандартами, які визначаються критеріально-експертним способом, дають можливість оцінити конкурентоспроможність потенціалу підприємства. Така оцінка формується на підставі використання низки показників і стандартів (нормативів, еталонів), за досягнення яких підприємство стає конкурентоспроможним. Існує безліч методів розробки даних стандартів. Серед них переважають експертні (бальні) методи оцінювання.

Стандарти конкурентоспроможності потенціалу підприємства розділяють на дві групи: економічні і соціальні.

Оцінка конкурентоспроможності потенціалу підприємства за економічними стандартами проводиться щонайменше за мінімальною кількістю – 5-ма економічними стандартами, а саме: за ефективністю використання речових та інформаційних ресурсів, економічного простору, часу, технології, за рівнем доходів. За індикатори і відповідні їм показники можна взяти:

1) **індикатор використання ресурсів (КР)** – це співвідношення між коефіцієнтом доходів підприємства (Кдп) - (Чистий прибуток підприємства / відрахування до бюджету та соціальних фондів)

та коефіцієнтом ресурсів підприємства ($K_{рп}$) – (Ресурси авансовані підприємством / Ресурси, застосовані на підприємстві)

$$K_{рп} = K_{дп} / K_{рп} \longrightarrow \max$$

2) **індикатор використання праці (КІр)** – це співвідношення чистого прибутку підприємства (ЧПп) і вартості робочих місць підприємства (ВРМп).

Вартість робочих місць підприємства – це середньорічна вартість робочих місць підприємства, яка визначається порівнюванням середньорічної вартості основних фондів і середньорічної кількості робочих місць.

$$K_{Ір} = ЧПп / ВРМп \longrightarrow \max$$

3) **індикатор місткості ринку (КМ)** – це співвідношення балансового прибутку підприємства (БПп) і прибуткової місткості ринку даного товару (ПМРт).

Прибуткова місткість ринку визначається сукупним грошовим потоком споживачів на товар за відрахуванням тієї умовної частини попиту, яка спрямовується на відшкодування витрат на виробництво і реалізацію товару.

$$K_{М} = БПп / ПМРт \longrightarrow \max$$

4) **індикатор дохідності (КД)** – це співвідношення валового доходу підприємства у розрахунку на одного робітника, включаючи власників підприємства (ВДІр), і аналогічного доходу, який отримується в комерційній сфері (галузі) діяльності в цілому в економіці країни (КомВДІр):

$$K_{Ч} = T_{вд} / T_{2вд}$$

Наведені показники зіставляються з аналогічними нормативними або фактичними показниками конкурентів, що дає змогу оцінити індивідуальний рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства за економічними стандартами.

Відносно встановленого рівня конкурентоспроможності потенціалу підприємства залежно від глобалізації цілей дослідження будується матриця конкурентоспроможності потенціалу підприємства, у якій відображаються відносні величини вибраних стандартів (індикаторів) і їхнє відсотково-бальне вираження.

У матриці конкурентоспроможності вищий рівень індикатора, отриманий експертним шляхом, приймається за 100% і, відповідно, за 100 балів. На основі цієї матриці можна дати бальний розрахунок рівня конкурентоспроможності як по окремих індикаторах, так і в цілому, по всьому їх комплексу. При цьому сама формула розрахунку загального фактичного рівня конкурентоспроможності потенціалу підприємства за економічними стандартами (ЗКІПе) на обраному із семи можливих рівнів виглядає таким чином:

$$Z_{KIPe} = \frac{K_{рп}_{8б} + K_{Ір}_{8б} + K_{М}_{8б} + K_{Д}_{8б} + K_{Ч}_{8б}}{K_{рп}_{рб} + K_{Ір}_{рб} + K_{М}_{рб} + K_{Д}_{рб} + K_{Ч}_{рб}}$$

де 8 – рівень підприємства, р – обраний рівень для оцінки конкурентоспроможності (1 – світове лідерство, 2- світовий стандарт, 3 – національне лідерство, 4 – національний стандарт, 5 – галузеве лідерство, 6 – галузевий стандарт, 7 – пороговий рівень)

На основі запропонованої матриці конкурентоспроможності потенціалу підприємства необхідно скласти таблицю резервів (Р) і втрат (В) потенціалу підприємства і провести її аналіз.

Резервами для підприємства є різниця між більш високими показниками того чи іншого стандарту (індикатора) і реальною величиною показників самого підприємства.

Втратами є різниця між величиною порогового рівня стандарту і величиною цього стандарту для підприємства.

Крім точних даних про резерви і втрати, спеціалісти повинні знати обсяги інвестицій (I), час (T), економічний ефект (Ee), які можуть мати місце під час прийняття рішення про заходи щодо підвищення рівня того чи іншого індикатора (стандарту). Для кінцевих висновків потрібно розрахувати два показника:

- коефіцієнт ефективності використання інвестицій $Kei = Ee / I$;
- інтегральний коефіцієнт ефективності використання інвестицій і часу $K_{int} = Kei / T$, де t – це проміжок часу між інвестуванням капіталу і отриманням ефекту.

Даний аналіз необхідно доповнювати дослідженням динаміки резервів, втрат та інтегрального коефіцієнта ефективності.

Коефіцієнт успіху у сфері підвищення конкурентоспроможності потенціалу підприємства розраховується таким чином:

$$U = (T_3 K_{int} - T_3 V) / T_3 P.$$

За даними таблиці розраховується коефіцієнт успіху в галузі підвищення конкурентоспроможності потенціалу підприємства за періодами і графічно зображують „стріли” конкурентного успіху.

Найбільш прийнятний випадок, коли динаміка втрат стрімко знижується до нуля, а лінія темпів зміни інтегрального коефіцієнта ефективності вище лінії темпи зміни резервів при їх досить близькому знаходженні один біля одного. Максимальний успіх при цьому досягається, коли $T_3 V = 0$, а $T_3 K_{int} > T_3 P$. Це означає, що підприємство стрімко покращує конкурентоспроможність свого потенціалу.

У розвинутих країнах велику роль в оцінці конкурентоспроможності потенціалу підприємства відіграють соціальні стандарти. Це показники – нормативи, які характеризують соціальну конкурентоспроможність потенціалу підприємства або соціальну якість підприємства. Дана оцінка базується на результатах чотирьох рейтингів, а саме: рейтинг споживачів (Pc), діловий рейтинг (Pd), рейтинг престижу (Pp), міжнародний рейтинг (Pm). порівнюючи сумарні бали оцінки рейтингів власних і у конкурентів, отримуємо показник, який відображає рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства за соціальними стандартами.

2. Метод експертних оцінок.

Дана методика розроблена для малих підприємств, що виробляють один вид продукції.

Експертами можуть бути обрані: фахівці підприємства (директор, заступники директора з виробництва, заступники директора з економіки, комерційні директори, маркетологи), Фахівці роздрібною торговою мережі, основні оптові клієнти. Загальна кількість експертів – 12 чоловік.

Усім експертам пропонується анкета з питаннями щодо конкурентоспроможності потенціалу підприємств за наступними блоками запитань:

1. управління підприємством (цілі і стратегія, система мотивації, загальні цінності),
2. виробництво (стан і рівень використання виробничих потужностей, гнучкість виробничих ліній, якість організації виробництва, стан НДДКР),
3. маркетинг (планування, організація та контроль збуту, ступінь охоплення, умови оплати, пряма реклама продукції, згадування в ЗМІ, участь у виставках),
4. кадри (вікова структура, рівень освіти, кваліфікація),
5. продукт (якість, ціна, технічні параметри, надійність і гарантійний строк, повнота технічного сервісу, забезпечення запчастинами, строк служби, унікальність, патент, торгова марка, упаковка),

6. фінанси (частка власного капіталу, фінансовий баланс, можливість отримання кредиту).

При цьому знаходиться середній показник, множиться на питому вагу і сумується по групі.

Аналогічним чином обробляються експертні оцінки підприємств-конкурентів і результати обробки зводяться в таблицю, за допомогою якої проводиться порівняння отриманих результатів.

Загальний показник конкурентоспроможності потенціалу підприємства буде дорівнювати середньостатистичній сумі зважених числових показників по кожній із груп.

3. Метод набору конкурентоспроможних елементів.

Це синтезований метод визначення конкурентоспроможності потенціалу підприємства, побудований на засновку, що конкурентоспроможність продукції підприємства є її головною складовою.

Алгоритм методу:

1. формується перелік індикаторів (I_j , де $j = 1, \dots, m$), які слугують базою оцінки конкурентоспроможності конкретного виду продукції, що оцінюється.
2. експертним шляхом для кожного індикатора встановлюється його вага (V_j , де $j = 1, \dots, m$) у загальній оцінці за умови, що $\sum V_j = 1$
3. службою маркетингу підприємства - об'єкта оцінки пропонується n - вибір підприємств з аналогічною продукцією, які є найближчими конкурентами.
4. за отриманою інформацією будується матриця визначення конкурентоспроможності одиниці продукції підприємства, що слугує об'єктом оцінки.

Таблиця

№ п/п	Вага індикатора	V_1		V_2		V_3		...		V_m		P_i	КС ₁₀
	Індикатор	I_1		I_2		I_3		...		I_m			
	Підприємство	абс. знач.	ранг, P_{ij}	абс. знач.	ранг, P_{ij}	абс. знач.	ранг, P_{ij}	абс. знач.	ранг, P_{ij}		
1	Об'єкт оцінки												
2													
3													
...													
n													

5. за допомогою абсолютних значень обраних індикаторів визначаються ранги одиниці продукції (P_{ij}).
6. знаходиться зважений відносно індикатора загальний ранг одиниці продукції кожного підприємства, що бере участь у масиві оцінки за формулою:

$$P_i = \sum P_{ij} * V_j$$
7. після встановлення загальних рангів знаходиться підприємство-лідер (Л) та підприємство-аутсайдер (А) за даною одиницею продукції, а також діапазон відстані аутсайдера від лідера (Дв) за формулою:
Діапазон відстані аутсайдера від лідера дає уявлення про розмежування підприємств у конкурентному середовищі, а саме:

$$Дв = P_A - P_L$$

- a. чи належить підприємство до кола лідерів чи аутсайдерів?
- b. Чи вигідне в нього положення в зоні очікування нападу?
- c. Чи правильно підприємство використовує свої можливості?

Радіус кола лідерів (аутсайдерів) дорівнює чверті від діапазону відстані аутсайдера від лідера (Дв), а саме:

0 - $\frac{1}{4}$ Дв - коло лідерів;

$\frac{1}{4}$ Дв - $\frac{1}{2}$ Дв - зона очікування нападу;

$\frac{1}{2}$ Дв - $\frac{3}{4}$ Дв - зона невикористаних можливостей;

$\frac{3}{4}$ Дв - Дв - коло аутсайдерів.

8. конкурентоспроможність одиниці продукції ($КС_{ia}$), таким чином, визначається за формулою:

$$КС_{ia} = (P_A - P_i) / Дв$$

9. для визначення конкурентного статусу підприємства за всією номенклатурою продукції, що ним виготовляється, необхідно провести аналогічні розрахунки для всіх видів продукції, а потім звести отримані результати в підсумкову таблицю, яка також повинна містити інформацію щодо структури виробництва продукції за проектною потужністю та фактичними обсягами продажу.

Таблиця

№ п/п	Продукція	Конкурентоспроможність одиниці продукції, ($КС_{ia}$)	Структура виробництва продукції за проектною потужністю, (Св)	Структура фактичного продажу продукції (Сп)	Скорегована $КС_{ia}$ на Св (с.2*с.3 / 100)	Скорегована $КС_{ia}$ на Сп (с.2*с.4 / 100)	Резерв конкурентоспроможності ($РКС_{ia}$) (с.5 – с.6)	Ранг конкурентоспроможності потенціалу підприємства ($Р_{КПП}$)
	1	2	3	4	5	6	7	8
1								
2								
...								
a								
			100	100				
	Конкурентоспроможність потенціалу підприємства							

10. Ранг конкурентоспроможності потенціалу підприємства визначається за формулою:

$$Р_{КПП} = КС_{ia} * (1 - РКС_{ia})$$

11. рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства розраховується, як середній ранг конкурентоспроможності за всією номенклатурою продукції.

Конкурентоспроможність продукції поза сумнівом є головною складовою конкурентоспроможності потенціалу підприємства, але не треба забувати, що до його складу входять не менш важливі елементи: виробничий, фінансовий, управлінський потенціал і т. ін., конкурентоспроможність яких слід урахувати під час визначення остаточного рівня конкурентоспроможності потенціалу.

Тема 4. ОЦІНКА ВАРТОСТІ ЗЕМЕЛЬНОЇ ДІЛЯНКИ, БУДІВЕЛЬ І СПОРУД.

1. Теоретичні аспекти визнання земельних ділянок та об'єктів нерухомості складовими потенціалу підприємства.
2. Особливості оцінки земельних ділянок в Україні.
3. Методичні основи оцінки вартості земельних ділянок.
4. Оцінка вартості будівель і споруд.

1. Теоретичні аспекти визнання земельних ділянок та об'єктів нерухомості складовими потенціалу підприємства.

Вартість земельної ділянки, будівель і споруд визначається їх специфічною корисністю, унікальністю, довговічністю, місце розташуванням, а також кількістю ринкових пропозицій. При цьому слід зазначити, що алгоритм визначення вартості землі чи нерухомості тісно переплітається з юридичними процедурами, які формують, визначають, регламентують та обслуговують відносини власності на ці об'єкти.

Земельна ділянка – частина земної поверхні, яка має фіксовані межі, характеризується визначеним місце розташуванням, природними властивостями, певними фізичними параметрами, правовим і господарським статусом та іншими характеристиками, котрі дозволяють використовувати її в економічних відносинах. По своїй суті всі властивості земель можна розподілити на три основні частини: природно-фізичні, антропогенні та нематеріальні.

Земля – специфічний засіб виробництва, що функціонує у всіх галузях народного господарства. Як засіб виробництва, земля характеризується певними особливостями, що безпосередньо впливають на оцінку її вартості:

- не є результатом попередньої праці;
- просторово обмежена;
- не замінюється іншими засобами виробництва;
- має незмінне місце розташування;
- не схильна до зносу при правильному використанні;
- територіально різноякісна;
- кожна конкретна земельна ділянка характеризується специфічною тільки для неї корисністю;
- практично у всіх сферах діяльності людини (крім сільського та лісового господарства) земля виступає, в основному, як просторовий операційний базис. Тому земля нерозривно пов'язана з об'єктами, які на ній розташовані: будинками, спорудами, дорогами, іншими матеріальними елементами, створеними працею людини, тобто поліпшенням.

Поліпшення земельної ділянки – фізичні наслідки будь-яких заходів, що призвели до зміни рельєфу, умов освоєння та експлуатації земель, або потенційної прибутковості її використання (спрямованих на зміну технологічного способу використання об'єкта нерухомості чи його споживчої вартості).

Нерухомість – об'єкти з фіксованим місце розташуванням у просторі (на земній поверхні) та все, що з ними невід'ємно пов'язано над чи під землею, а також сукупність прав, які визначають їх юридичний статус. Таким чином вирізняють поняття нерухомості фізичних об'єктів та прав власності щодо нерухомості.

Цілісний архітектурний комплекс – сукупність об'єктів нерухомості, які нерозривно поєднані на функціональній, естетичній, культурній чи іншій основі. Оцінка вартості одного з об'єктів як складової цілісного архітектурного комплексу не має сенсу з огляду на неможливість його окремого використання.

Будівлі – інженерно-архітектурні споруди, що створюють (чи використовують) приміщення для здійснення певних бізнес-процесів.

Споруди – будівельні об’єкти, призначені для здійснення спеціальних технічних процесів, а також усього комплексу супровідних процесів.

Будинки та споруди як об’єкти нерухомого майна також характеризуються низкою особливостей:

- нерозривно пов’язані з землею і не можуть бути переміщені в інше місце без заподіяння не виправданого фізичного збитку;
- зношуються;
- в процесі оцінки їх вартості доцільне застосування узагальнюючих технічних характеристик, наприклад : 1 м² площі, 1 м погонний довжини, 1 м³ обсягу і т. ін.
- Ринок нерухомості розвивається досить динамічно, тут найбільш сильно діє закон попиту та пропозиції, що сприяє застосуванню середніх цін для оцінки аналогічних об’єктів.
- У зв’язку з тим, що земля є одним з головних багатств суспільства, володіння яким визначає майновий і соціальний стан різних груп населення, то необхідний ефективний механізм правового регулювання різноманітних соціально-економічних відносин між юридичними та фізичними особами з приводу володіння, розпорядження та користування землею (надання в оренду, купівля-продаж, розподіл, організація використання, охорона і т. ін.).

2. Особливості оцінки земельних ділянок в Україні

Правове регулювання оцінки землі здійснюється відповідно до Конституції України (254к/96-ВР), Земельного кодексу України (2768-14), закону України „Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні” №2658-111 від 12 липня 2001 року, Закон України „Про оцінку земель” №1378-1У від 11 грудня 2003 року, інших законів і нормативно-правових актів, прийнятих відповідно до них.

Відповідно до Закону України „Про оцінку земель” оцінка землі проводиться на основі принципів:

- законності
- єдності методологічного та інформаційного простору у сфері оцінки земель;
- безперервності процесу оцінки земель;
- доступності використання даних з оцінки земель;
- рівності перед законом суб’єктів оціночної діяльності у сфері оцінки земель.

Залежно від методичних особливостей оцінки вартості земельні ділянки підприємств виокремлюються в дві групи:

- ділянки промислової зони, забудовані в основному виробничими будівлями і спорудами;
- ділянки, зайняті об’єктами соціального призначення (будинки культури, лікарні, готелі, гуртожитки, будинки відпочинку тощо).

Залежно від цілей (призначення) оцінка вартості землі може розглядатися, з одного боку, як основа вирішення законодавчо обумовлених задач (сплата земельного податку) або виступати економічним регулятором земельних відносин (спадщина, дарування тощо), що потребує встановлення нормативної вартості (ціни) землі з урахуванням типових, офіційно затверджених інструктивно-методичних документів, а з іншого боку, - існує незалежна експертна оцінка, в ході якої визначається ринкова вартість землі, або право оренди земельної ділянки, тобто

Залежно від мети та методів проведення грошова оцінка земель поділяється на такі види: нормативна; експертна.

Нормативна грошова оцінка земельних ділянок – капіталізований рентний дохід із земельної ділянки, визначений за встановленими і затвердженими нормативами.

Нормативна грошова оцінка земельних ділянок проводиться у разі:

- визначення розміру земельного податку;

- визначення розміру орендної плати за земельні ділянки державної та комунальної власності;
- визначення розміру державного мита при міні, спадкуванні та даруванні земельних ділянок згідно з законом;
- визначення втрат сільськогосподарського та лісогосподарського виробництва;
- розробки показників та механізмів економічного стимулювання раціонального використання та охорони земель.

Нормативна грошова оцінка земельних ділянок *проводиться відповідно до* державних стандартів, норм, правил, а також інших нормативно-правових актів на землях усіх категорій та форм власності юридичними особами, які отримали ліцензії на проведення робіт із землеустрою. Для земельних ділянок сільськогосподарського призначення така оцінка проводиться не рідше як один раз у 5-7 років, а несільськогосподарського призначення – не рідше як один раз у 7-10 років.

За результатами нормативної грошової оцінки земельних ділянок складається технічна документація, яка затверджується відповідною сільською, селищною, міською або районною радами та підлягає державній експертизі відповідно до діючого законодавства.

Експертна грошова оцінка земельних ділянок – результат визначення вартості земельної ділянки та пов'язаних з нею прав оцінювачем (експертом з питань оцінки земельної ділянки) із застосуванням сукупності підходів, методів та оціночних процедур, що забезпечують збір та аналіз даних, проведення розрахунків і оформлення результатів у вигляді звіту, який підлягає рецензуванню в порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України.

Експертна грошова оцінка земельних ділянок *використовується при* здійсненні цивільно-правових угод щодо земельних ділянок та прав на них:

- відчуження та страхування земельних ділянок, що належать до державної або комунальної власності;
- застави земельної ділянки відповідно до закону;
- визначення інвестиційного вкладу в реалізацію інвестиційного проекту на земельні поліпшення;
- визначення вартості земельних ділянок, що належать до державної або комунальної власності, у разі якщо вони вносяться до статутного фонду господарського товариства;
- визначення вартості земельних ділянок при реорганізації, банкрутстві або ліквідації господарського товариства (підприємства) з державною часткою чи часткою комунального майна, яке є власником земельної ділянки;
- виділення або визначення частки держави чи територіальної громади у складі земельних ділянок, що перебувають у спільній власності;
- відображення вартості земельних ділянок та права користування земельними ділянками у бухгалтерському обліку відповідно до законодавства України;
- визначення збитків власникам або землекористувачам у випадках, встановлених законом або договором;
- рішення суду.

Підставою для проведення грошової оцінки земель є рішення органу виконавчої влади, органу місцевого самоврядування або договір, який укладається заінтересованими особами в порядку, встановленому законодавством України.

Експертна грошова оцінка земельної ділянки *проводиться в такій послідовності*:

- збирання інформації, необхідної для проведення оцінки;
- визначення ефективного використання земельної ділянки;
- вибір та обґрунтування методичних підходів оцінки;
- визначення варіантів значення оцінної вартості земельної ділянки за обраними методичними підходами та прийняття кінцевого значення оцінної вартості;
- складання та затвердження звіту про експертну грошову оцінку;
- подання звіту на експертизу до органу Держкомзему.

3. Методичні основи оцінки вартості земельних ділянок.

Відсутність ринку землі не дозволяє запропонувати однозначні рекомендації щодо використання тих чи інших методичних підходів до оцінювання земельних ділянок підприємств.

Експертна грошова оцінка земельної ділянки, відповідно до чинного законодавства, здійснюється *на основі таких методичних підходів*:

- капіталізація чистого операційного або рентного доходу (пряма і непряма) від використання земельних ділянок;
- зіставлення цін продажу подібних земельних ділянок;
- урахування витрат на земельні поліпшення.

При проведенні експертної грошової оцінки земельної ділянки використовується такий методичний підхід, який забезпечується найбільш повною інформацією про об'єкт оцінки.

Методичний підхід, що базується на капіталізації чистого операційного або рентного доходу (фактичного або очікуваного) передбачає визначення розміру вартості земельної ділянки від найбільш ефективного її використання з урахуванням установлених обтяжень та обмежень.

Чистий операційний дохід – різниця між прогнозованою сумою надходжень від використання земельної ділянки та операційними витратами, пов'язаними з одержанням валового доходу. Чистий операційний дохід визначається на основі аналізу ринкових ставок орендної плати за землю.

Рентний дохід (земельна рента) – дохід, який можна отримати від землі як фактора виробництва залежно від якості та місця розташування земельної ділянки. Він розраховується як різниця між очікуваним доходом від продукції, одержуваної на земельній ділянці (фактичної або умовної), та виробничими витратами й прибутком виробника.

Для поліпшеної земельної ділянки дохід від землі визначається шляхом розподілення загального доходу між її фізичними компонентами – землею та земельними поліпшеннями.

Пряма капіталізація ґрунтується на припущенні про постійність та незмінність грошового потоку від використання земельної ділянки. При цьому вартість земельної ділянки визначається як відношення чистого операційного або рентного доходу до коефіцієнта капіталізації.

Непряма капіталізація ґрунтується на припущенні про обмеженість та змінність грошового потоку від використання земельної ділянки протягом певного періоду з наступним її продажем на ринку. При цьому вартість земельної ділянки визначається як поточна вартість майбутніх доходів від її використання та продажу (реверсії).

Коефіцієнт капіталізації визначається характерним співвідношенням між чистим операційним доходом та ціною продажу подібних земельних ділянок, шляхом розрахунку на основі норми віддачі на інвестований у земельну ділянку капітал, з урахуванням змін у вартості грошей або кумулятивним способом як сума без ризикової процентної ставки, ризику на інвестування та ліквідність земельної ділянки. Коефіцієнт капіталізації для землі може бути визначений також як різниця між загальною ставкою капіталізації для поліпшеної земельної ділянки та нормою повернення капіталу з урахуванням питомої ваги вартості земельних поліпшень.

Метод середньозваженого коефіцієнта капіталізації – модифікація метода прямої капіталізації, що ґрунтується на пайовому підході до оцінки.

Розрахунки за даним методом виконуються в декілька етапів:

1. приблизно розраховуються пропорції, у яких вартість всього земельно-майнового комплексу поділяється на вартість земельної ділянки та вартість будівель і споруд. Традиційно для цього використовують дані про нормативні ціни землі та ціни на будівельні роботи.

2. визначається середньозважений (загальний) коефіцієнт капіталізації – коефіцієнт, який використовується для капіталізації всього чистого операційного доходу. Він розраховується виходячи із структури вартості об'єкта.

$$K_{\text{СР}} = K_{\text{З}} * \text{ДЗ} + K_{\text{Б}} * \text{ДБ}$$

де $K_{\text{СР}}$ – середньозважений (загальний) коефіцієнт капіталізації

$K_{\text{З}}$, $K_{\text{Б}}$ - коефіцієнт капіталізації для землі та для будівель і споруд;

ДЗ , ДБ – частка земельної ділянки та будівель і споруд відповідно до загальної вартості.

3. визначається вартість усього земельно-майнового комплексу (Взмк) методом капіталізації доходу: $\text{Взмк} = \text{ЧОД} / K_{\text{СР}}$
4. вартість земельної ділянки (Вз) розраховується за допомогою часткового коефіцієнта: $\text{Вз} = \text{Взмк} * \text{ДЗ}$

Метод капіталізації земельної ренти полягає у визначенні вартості земельної ділянки за допомогою коефіцієнта капіталізації доходів від здавання її в оренду.

Значимість даного методу зростає в умовах наявності і розвитку активного земельного орендного ринку, коли вакантні ділянки часто здаються в оренду, що забезпечує співставні земельні ренти та коефіцієнти капіталізації для землі.

Розрізняють наступні види ренти:

Диференціальна рента відображає конкретну цінність земельної ділянки і поділяється на такі види:

- рента за рахунок доступності ділянок, що зумовлена скороченням транспортних витрат (часу та коштів), а також збереженням високої продуктивності праці за рахунок мінімізації транспортної втоми робітників;
- рента за рахунок освоєння території, що визначається зниженням собівартості продукції завдяки скороченню витрат на створення загально регіональної системи інженерно-транспортної інфраструктури (магістральних мереж енерго- та водопостачання, каналізації, шляхів сполучення, благоустрою тощо);
- рента за рахунок ефективності додаткових капіталовкладень в облаштування території, яка зумовлена можливостями й вигодами даної ділянки, а також способом її використання.

Абсолютна рента характеризує ефективність цільового використання земельної ділянки. На відміну від диференціальної ренти, вона не залежить від конкретних властивостей ділянки. Якщо диференціальна рента безпосередньо пов'язана з територіальною структурою міста, то абсолютна рента – з його функціональною структурою. Її показники належать у цілому до галузі чи виду діяльності й визначаються в притаманній їй органічній будові капіталу: на ідентичних за споживчими властивостями ділянках різні види діяльності будуть мати різну віддачу. Тому її можна назвати рентою переваги мети використання.

Монопольна рента утворюється на всіх ділянках незалежно від їх місце розташування в межах міста, оскільки різні види діяльності можуть висувати найрізноманітніші умови для свого розміщення, а пропозиції вільних ділянок унаслідок обмеженості міської території в цілому, як правило, не відповідають попиту на них. Особливо це стосується районів, які мають специфічні властивості, котрі практично неможливо відтворити: ядро центру, що історично склався; заповідні території, території з оздоровчими властивостями тощо.

Загальний розрахунок вартості земельної ділянки за цим методом проводиться за формулою:

$$\text{Вз} = ((\text{Ос} * \text{Рн}) / \text{Кн}) * \text{Кф} * \text{Км} * \text{Пз}$$

де Вз – вартість земельної ділянки, грн.;

Ос – витрати на освоєння та благоустрій території, грн./км²;

- P_H – нормативна рентабельність (як правило, складає не більше 6%);
 K_H – нормативний коефіцієнт капіталізації (як правило, не перевищує 3%);
 K_F – коефіцієнт функціонального використання земельної ділянки;
 K_M – коефіцієнт місце розташування земельної ділянки;
 P_3 – площа земельної ділянки, км².

Метод залишку для землі. Базується на концепції класичної економічної теорії, початково розробленої для земель сільськогосподарського призначення, яка розглядає увесь дохід, що відноситься до земельної ділянки, як залишковий. Даний метод використовується при оцінці земельної ділянки з поліпшенням вакантної (неосвоєної) ділянки, призначеної для комерційного використання.

Етапи розрахунку:

1. достатньо точно визначення поточної вартості будівель і споруд (Вб), а також чистого операційного доходу від земельно-майнового комплексу в цілому (ЧОД).
2. визначення частини чистого операційного доходу, яка припадає на будівлі та споруди (ЧОДб), шляхом перемноження їх поточної вартості на коефіцієнт капіталізації.

Коефіцієнт капіталізації для будівель і споруд ($K_{Кб}$) може бути отриманий як внесок на амортизацію грошової одиниці

$$K_{Кб} = K_p + K_3$$

де K_p – коефіцієнт повернення (відшкодування) капіталу;

K_3 – коефіцієнт капіталізації для землі. Капіталізація в цьому випадку здійснюється тільки за ставкою доходу на інвестиції без урахування відшкодування капіталу, тому що вважається, що земля не зношується.

3. визначається залишок чистого операційного доходу, що приходиться на земельну ділянку (ЧОДз): $ЧОДз = ЧОД - ЧОДб$
4. методом прямої капіталізації визначається вартість земельної ділянки (Вз): $Вз = ЧОДз / K_3$

Метод залишку для землі може бути використаний при визначенні варіанта найкращого та найбільш ефективного використання.

За методичним підходом, що базується зіставленні цін продажу подібних земельних ділянок (метод спів ставного продажу) і використовується в умовах розвинутого ринку землі та нерухомого майна, вартість земельної ділянки визначається на рівні цін, які склалися на ринку. Даний метод заснований на зіставленні й аналізі інформації про продаж аналогічних земельних ділянок, як правило, за останні 3-6 місяців, при цьому вартість об'єкта оцінки визначається як медіанне (серединне для ранжованого ряду) або модальне (найбільш поширене значення отриманих результатів).

Основним принципом методу зіставлення цін продажу подібних земельних ділянок є принцип заміщення, відповідно до якого за умов наявності на ринку декількох подібних об'єктів інвестор не погодиться на придбання даного об'єкту за ціною, більшою ніж вартість земельної ділянки з аналогічною корисністю.

Співставлення і порівняння оцінюваної земельної ділянки з проданими об'єктами-аналогами проводиться у розрізі двох основних компонентів: за одиницями порівняння, за елементами порівняння.

Одиниця порівняння виражає зв'язок між ціною ділянки землі та її окремими характеристиками. Середня чи типова вартість одиниці порівняння визначається для кожної однорідної групи ділянок на підставі фактичних даних з продажу. Залежно від характеру використання земельної ділянки цими показниками можуть бути ціни за м², 0,01 га, 1 га ділянки, за 1 м її фронтальної межі, за одиницю щільності, за 1м² чи 1м³ розташованої на ділянці будівлі або споруди, за одиницю, що дає прибуток, за місце в гаражі, на стадіоні, за місце паркування та ін.

Елемент порівняння визначається як властивість ділянки, нерухомості чи умов продажу, які справляють істотний вплив на зміну вартості об'єкта оцінки. Серед цих ознак у якості об'єктів порівняння найбільш прийнятними є:

- правове відношення до земельної ділянки (наявність прав володіння, користування, розвитку, розпорядження земельною ділянкою, правових зобов'язань і сервітутів);
- умови продажу (вільний продаж, вимушений продаж, ліквідаційний продаж, продаж при позбавленні власника права викупу застави, умови фінансування та ін.);
- дата продажу (різниця в часі між різноманітними операціями з продажу, що відображає зміну ринкових умов, рівень інфляції, активність ринку (сезонна, циклічна, змішана), взаємодія попиту та пропозиції тощо);
- місце розташування (розбіжності в розташуванні земельних ділянок у містах різної категорії та в плані міста відносно основних центрів тяжіння);
- фізичні характеристики (розмір, конфігурація, довжина фронтальної лінії земельної ділянки, її інженерно-геологічні параметри)
- використання прилеглої території (функціональне використання прилеглих земельних ділянок, щільність населення, рівень інженерно-транспортної інфраструктури, стан довкілля)

Третій підхід – **урахування витрат на земельні поліпшення (метод витрат на освоєння)** – використовується в основному для оцінки малоосвоєних територій, які підлягають розбиттю на ділянки під забудову з їх наступним продажем, а також для оцінки поліпшених земельних ділянок або земельних ділянок, поліпшення яких передбачається за умови найбільш ефективного їх використання (фактичного чи умовного).

Метод ґрунтується на принципі додаткової продуктивності, а алгоритм оцінки заснований на методі дисконтування грошових потоків і відповідає порядку розрахунку чистої приведеної вартості. До складу відтоків капіталу відносять поточні витрати на планування, проектування та делімітацію ділянок, попереднє упорядкування масиву, витрати на продаж ділянок і прибуток первинного власника (або витрати на поліпшення). До притоків капіталу відносять виручку від продажу ділянок, вільну від витрат на продаж та освоєння кожного лота (або капіталізований чистий операційний або рентний дохід від її використання)

Також використовують:

Метод співвідношення (переносу).

Полягає у поділі загальної ціни продажу аналогічного земельно-майнового комплексу на дві складові – ціну будівель і споруд та ціну земельної ділянки. При цьому спочатку оцінюється вартість будівель та інших споруд, що знаходяться на землі, а потім із загальної вартості земельно-майнового комплексу вираховують їх визначену суму і отримують вартість земельної ділянки.

Метод розбивки земельної ділянки.

Використовують коли необхідно визначити вартість земельної ділянки, придатної для розбивки на окремі індивідуальні ділянки.

Розрахунок проводять за наступними етапами:

1. визначаються кількість і розміри індивідуальних ділянок. Тут повинні враховуватися юридичні обмеження, фізичні вимоги, що стосуються розмірів, топографії, якості ґрунтів;
2. розраховується вартість освоєних ділянок за допомогою методу порівнянних продажів;
3. розраховуються витрати освоєння та витрати, пов'язані з продажем, інженерні витрати з розчищення, розмічування, остаточної підготовки землі, витрати на будівництво доріг, підземних інженерних комунікацій, оплата податків, комісійних за продаж і рекламу, а також розраховується розумний підприємницький прибуток;
4. складається графік освоєння та передбачення продажів;

5. визначаються розміри виручки від продажу індивідуальних ділянок;
6. визначається чиста виручка від продажу шляхом вирахування витрат освоєння, витрат із продажу і підприємницького прибутку з прогнозованої виручки від продажу ділянок;
7. визначається ставка дисконту;
8. дисконтується чиста виручка від продажу земельних ділянок для розрахунку вартості земельної ділянки, розбитої на окремі ділянки.

4. Оцінка вартості будівель і споруд.

Наявність вільного ринку інформації щодо операцій з будівлями та спорудами дала значний поштовх розвитку його експертної оцінки в Україні. У загальноновизнаній оціночній практиці існують три підходи для визначення вартості будівель і споруд, а саме: доходний, порівняльний та витратний.

Використання **доходного підходу** передбачає застосування таких основних методів:

- капіталізації доходів;
- дисконтова них грошових потоків.

Метод капіталізації доходів використовується для оцінки будівель і споруд, які є джерелами доходу власника. Доходи від володіння будівлями та спорудами можуть, наприклад, являти собою поточні та майбутні надходження від надання їх в оренду, плату за користування стоянками та гаражами, плату за встановлення реклами, доходи від можливого приросту вартості будівель і споруд при їх продажу в майбутньому.

Основні *етапи* процедури оцінки методом капіталізації доходу такі:

1. Розрахунок сумарної величини ринкової орендної плати та інших доходів від володіння об'єктом оцінки за останній до дати оцінки (або будь-який інший типовий) рік. Ця сумарна величина називається потенційним валовим доходом (ПВД) і визначається як доход, який може бути отриманий від об'єкта нерухомого майна за умов його 100% -го використання без урахування всіх витрат і витрат, на основі аналізу поточних ставок і тарифів, що існують на ринку нерухомості для порівняльних об'єктів:

$$\text{ПВД} = \text{П} * \text{Со} + \text{Дін},$$

Де П – площа, що надається в оренду, м²,

Со – орендна ставка за 1 м²;

Дін – інші доходи від володіння об'єктом оцінки

2. розрахунок можливих витрат від неповного завантаження будівель і споруд і витрат при збиранні платежів (наприклад, при несвоєчасному відновленні орендної угоди через зміну орендарів).
3. розрахунок дійсного валового доходу (ДВД) шляхом зменшення потенційного валового доходу на величину можливих витрат (В): $\text{ДВД} = \text{ПВД} - \text{В}$.
4. Розрахунок витрат, пов'язаних із нормальним функціонуванням об'єкта оцінки. Це операційні витрати (ОВ), які мають періодичний характер і поділяються на:
 - умовно-постійні (їх розмір фіксований і не залежить від ступеня експлуатаційного завантаження об'єкта – страхові збори, майнові податки);
 - умовно-змінні (їх розмір залежить від ступеня експлуатаційного завантаження об'єкта та рівня наданих послуг – комунальні витрати, витрати на утримання території, поточні витрати на управління, заробітна плата та податки з неї, рекламні, транспортні витрати та ін.);
 - витрати на заміщення (резерви, пов'язані із витратами на періодичну заміну компонентів поліпшень, які швидко спрацьовуються: водопровідної системи, каналізації, меблів, даху, телефонної системи та ін.)

5. Розрахунок чистого операційного доходу (ЧОД) за формулою: $ЧОД = ДВД - ОВ$ (за винятком амортизаційних відрахувань).
6. Розрахунок коефіцієнта капіталізації (Кк) одним із доступних за умов наявної інформації методів (кумулятивної побудови, середньозваженої вартості, визначення суми ставки доходу на інвестиції та норми повернення інвестицій та ін.).
7. Оцінка вартості об'єкта нерухомості за формулою $Вон = ЧОД / КК$.

Метод дисконтова них грошових потоків застосовується для визначення поточної вартості майбутніх доходів, які можуть бути отримані від використання будівель і споруд і можливого їх продажу.

Визначення обґрунтованої ринкової вартості на основі даного методу здійснюється в декілька етапів:

1. Складається прогноз потоку майбутніх доходів за період володіння об'єктом оцінки;
2. Розраховується прогнозна вартість оцінюваних будівель і споруд на кінець періоду володіння, тобто вартість реверсії (передбачуваного продажу), навіть якщо в дійсності продаж не планується;
3. розраховується ставка дисконту для оцінюваного об'єкта нерухомості на існуючому ринку.
4. здійснюється дисконтування майбутніх доходів у період володіння і прогнозованої вартості реверсії шляхом приведення потоку грошових коштів за кожен з майбутніх періодів до поточної вартості на основі використання теорії зміни вартості грошей у часі та підсумовування всіх поточних вартостей.

Вартість реверсії може визначатися:

- шляхом прямої капіталізації грошового потоку останнього прогнозного року. величина коефіцієнта капіталізації в такому випадку залежить від конкретних умов ринку аналогічних об'єктів;
- з використанням моделі Гордона (якщо прогнозується отримання стабільних доходів в пост прогнозного періоді):

$$P = D_{i+1} / r - q$$

де D_{i+1} – очікуваний дохід від володіння об'єктом за 1-й рік пост прогнозного періоду;

r - ставка дисконту;

q – довгострокові темпи зростання очікуваних доходів.

Витратний підхід до оцінки нерухомості застосовується з метою техніко-економічного обґрунтування нового будівництва, вибору найкращого та найбільш ефективного способу використання земельної ділянки, визначення профілю об'єкта нерухомості, заключного узгодження вартості об'єкта нерухомості, оцінки будівель спеціального призначення й об'єктів на „пасивних” секторах ринку, страхування, оподатковування майна фізичних і юридичних осіб, виділення частини майнового комплексу, на який буде накладений арешт і т. ін.

Процедура оцінки ринкової вартості нерухомості за допомогою витратного підходу складається з наступних етапів:

1. оцінка вартості земельної ділянки, на якій знаходяться будівлі, споруди (якщо земельна ділянка орендована, то її вартість не оцінюється);
2. оцінка відновлювальної вартості або вартості заміщення будівель та споруд на дійсну дату оцінки.
3. оцінка сукупного зносу будівель і споруд з урахуванням їх фізичного, функціонального, технологічного й економічного старіння.
4. визначення залишкової вартості будівель і споруд як різниці між відновлювальною вартістю (вартістю заміщення) та сукупним зносом;
5. визначення повної вартості об'єкта нерухомості шляхом додавання до залишкової вартості будівель і споруд вартості земельної ділянки (за умови наявності майнових прав на неї).

При виконанні 2 етапу (оцінка відновлювальної вартості або вартості заміщення будівель та споруд на дійсну дату оцінки) необхідно врахувати наступне.

Відновлювальна вартість – вартість будівництва в поточних цінах на дійсну дату оцінки точної копії об'єкта оцінки з використанням таких же архітектурних рішень, будівельних конструкцій і матеріалів, а також з тією ж якістю будівельно-монтажних робіт, що й об'єкта оцінки.

Вартість заміщення – вартість будівництва в поточних цінах на дійсну дату оцінки об'єкта з корисністю, еквівалентною корисності об'єкта оцінки, але з використанням сучасних матеріалів і відповідно до нових стандартів і планувальних рішень.

При визначенні вартості відновлення або заміщення використовуються такі основні методи:

- Метод кошторисного розрахунку передбачає складання кошторисної документації на будівництво об'єкта нерухомості з зазначенням переліку будівельно-монтажних робіт і витрат за кожним видом робіт на заробітну плату, матеріали, електроенергію, інструменти, спеціальне оснащення і т.д., які повинні бути приведені до базисного рівня цін з наступною індексацією в рівень цін на дату оцінки. Це найбільш трудомісткий метод, але він може бути значно полегшений, якщо є первісна кошторисна документація на будівництво об'єкта. Якщо така документація відсутня, експерт-оцінювач може звернутися до послуг кошторисної організації, що розробить новий кошторис для об'єкта оцінки з використанням єдиних норм і розцінок, індексів цін на будівельно-монтажні роботи, будівельних нормативів і правил та іншої необхідної документації.
- Метод питомих витрат передбачає розробку нормативів витрат на будівельні роботи на одиницю площі або одиницю об'єму, які потім збільшуються на загальну площу або об'єм об'єкта оцінки. Норматив питомих витрат визначається на основі довідкових даних про витрати на будівництво аналогічних об'єктів.
- По елементний метод полягає в тому, що будівлі розбиваються на окремі компоненти: фундамент, стіни та перегородки, перекриття, покрівля, підлога, прорізи, опоряджувальні роботи, інженерне устаткування та ін. Оцінювачем збираються дані витрат на 1 м³, 1 м², 1 погонний метр, 1 норма-годину за кожним елементом. Потім підсумовуванням по елементних витрат розраховується загальна вартість об'єкта нерухомості.

При виконанні 3-го етапу (оцінка сукупного зносу будівель і споруд з урахуванням їх фізичного, функціонального, технологічного й економічного старіння) необхідно врахувати наступне.

В оцінній діяльності під сукупним зносом розуміють втрати вартості об'єкта, викликані фізичним руйнуванням, функціональним старінням і різними зовнішніми факторами.

При витратному підході знос використовується для урахування розходжень у характеристиках нового й оцінюваного об'єкта нерухомості.

Фізичний знос – втрата вартості об'єкта нерухомості, що відображає зміну його фізичних властивостей з часом під впливом експлуатаційних і природних факторів, які спричиняють скорочення життя та корисності об'єкта.

Фізичний знос може бути

- усувним - якщо втрати на поточний ремонт об'єкта нерухомості менші за вартість, що додається до вартості об'єкта за рахунок його проведення;
- неусувним - втрати на його усунення більші за вартість, що додається до вартості об'єкта за рахунок його усунення.

Фізичний знос усувний розраховується на основі вартості витрат на проведення ремонтних робіт з його усунення. Фізичний знос неусувний розраховується на основі залишкової вартості елементів власності, витрати на виправлення яких перевищують величину додавання до вартості майна за рахунок їх виправлення.

На практиці використовуються такі основні *методи розрахунку фізичного зносу* об'єктів нерухомості:

- експертний передбачає, що експерт оглядає кожен елемент будівлі та на основі результатів огляду визначає процент зносу та його вартісну величину за кожним елементом;
- вартісний метод розрахунку використовується для розрахунку фізичного зносу довгострокових елементів будівель і споруд (фундаменту, стін, перекриттів) і полягає у визначенні витрат на відтворення цих елементів будівель;
- нормативний (бухгалтерський) метод передбачає використання діючих на момент оцінки норм амортизаційних відрахувань на повне відновлення основних фондів.

Функціональний знос – втрата вартості об'єкта нерухомості, пов'язана з його невідповідністю сучасним стандартам з точки зору функціональної корисності (застаріла архітектура, нераціональність планування, інженерного забезпечення і т. ін.).

Формою функціонального зносу є технологічне старіння, під яким розуміють втрату вартості об'єкта, викликану змінами в технології, через які об'єкт стає більш дорогим в експлуатації.

Функціональний знос викликається, як правило, недоліками, що вимагають створення додаткових елементів в існуючому об'єкті нерухомості, заміни або модернізації окремих елементів нерухомого майна, наявністю „над поліпшень” (елементів, що вимагають ліквідації).

Функціональний знос, так само, як і фізичний, може бути усувним і неусувним.

До усувного функціонального зносу можна віднести відновлення вбудованих шаф, водяних і газових лічильників, сантехнічного обладнання, покриття підлоги й ін. Критерієм усувності зносу є порівняння величини витрат на ремонт із величиною додатково отриманої вартості. Величина усувного функціонального зносу визначається як різниця між потенційною вартістю будівлі на момент її оцінки з поновленими елементами та її ж вартістю на ту ж дату оцінки без поновлених елементів.

Неусувний функціональний знос означає зменшення вартості будівлі під впливом факторів, пов'язаних як з надлишком, так і з бракуванням якісних характеристик будівлі. Наприклад, на орендному ринку більшим попитом користуються двокімнатні квартири порівняно з однокімнатними. Величину даного виду зносу розраховують як величину втрат орендної плати від надання в оренду цих квартир, помножену на мультиплікатор орендної плати (відношення ціни продажу власності до потенційної орендної плати за неї), характерний для даного виду квартир. Таким чином, величина неусувного функціонального зносу визначається шляхом капіталізації втрат орендної плати.

Зовнішній знос (економічне старіння) – втрата вартості об'єкта нерухомості, викликана зовнішніми факторами, наприклад, скороченням ділової активності в районі розміщення об'єкта, діями місцевої адміністрації в напрямку посилення податкового тиску, змінами на ринку зайнятості, незручним розташуванням щодо транспортних магістралей, комунальних служб, об'єктів торгівлі і т. ін.

Способом виміру зовнішнього зносу є аналіз парних продажів (коли на ринку нерухомості продаються два порівнянних об'єкта, один з яких має ознаки зовнішнього впливу, інший – ні). Різниця в цінах дозволяє зробити висновок про величину зовнішнього зносу об'єкта оцінки.

Іншим способом виміру зовнішнього зносу є порівняння доходу від орендної плати двох об'єктів, аналогічних оцінюваному, на один із яких здійснюється негативний вплив. Капіталізація втрат доходу від порівняння цих двох об'єктів буде характеризувати величину зовнішнього зносу.

Для визначення величини сукупного зносу в оцінній практиці використовують наступні методи:

1. метод „строку життя” полягає в припущенні, що втрати вартості об'єкта за рахунок фізичних руйнувань, функціонального старіння та різних зовнішніх факторів пропорційні його віку. У цьому зв'язку в оцінній практиці прийнято виділяти:

- термін фізичного життя об'єкта (Сфж) – період часу, протягом якого об'єкт власності реально існує (від дати введення в експлуатацію і до моменту його руйнування);
- термін економічного життя об'єкта (Сеж) – період часу, протягом якого об'єкт власності додає вартість до сукупної вартості майна, враховуючи й отримання прибутку від його використання (від дати введення в експлуатацію і до того моменту, коли поліпшення перестають додавати вартість до сукупної вартості майна);
- ефективний вік об'єкта (Веф) – вік „на скільки років виглядає об'єкт власності” з урахуванням його технічного стану, зовнішнього вигляду, дизайну й економічних факторів, що впливають на його вартість;
- термін економічного життя, що залишився (Сзал) – період часу від дати оцінки до кінця економічного життя, тобто до дати, коли внесок об'єкта у сукупну вартість стає рівним нулю внаслідок старіння).

З урахуванням перелічених періодів у процесі експлуатації об'єкта нерухомості процент сукупного зносу у відновлювальній вартості (СЗ%) розраховується за формулою:

$$СЗ\% = Веф * 100 / Сеж$$

2. метод розбивки при визначенні величини сукупного зносу передбачає окремі розрахунки за всіма видами зносу: фізичного (усувного та неусувного), функціонального (усувного та неусувного), зовнішнього та підсумовування результатів.

Порівняльний підхід до оцінки нерухомості базується на порівняльному аналізі цін продажу об'єктів, подібних до об'єкта оцінки, та внесені відповідних коректувань з метою урахування відмінностей між об'єктами-аналогами й об'єктом оцінки, у результаті чого визначається вартість останнього. Даний підхід найбільш ефективний в умовах розвинутого ринку нерухомості, тому що він базується на факті наявності повної і достовірної інформації про технічні характеристики та ціни продажів аналогічних об'єктів.

Порівняльний підхід представлений двома основними методами:

- порівняння продажів;
- валового рентного мультиплікатора.

Метод порівняння продажів заснований на зіставленні й аналізі інформації про продаж аналогічних об'єктів нерухомості, як правило, за останні декілька місяців. Основним принципом методу порівняльних продажів є принцип заміщення, відповідно до якого за умов наявності на ринку декількох схожих об'єктів нерухомості раціональний інвестор не заплатить більше суми, у яку обійдеться придбання нерухомості аналогічної корисності.

Метод порівняння продажів включає такі *етапи*:

1. вивчення стану та тенденцій розвитку ринку нерухомості й особливо того сегмента, до якого належить об'єкт оцінки; виявлення об'єктів нерухомості, найбільш порівнянних з оцінюваним, які були продані недавно (не менш 3-5 порівнянних продажів), і збір інформації.
2. перевірка інформації про угоди. Цей етап припускає перевірку таких даних: мотивація угоди, ступінь інформованості учасників угоди, типовість умов фінансування, достатність часу експозиції об'єкта, наявність спеціальних умов продажу;
3. порівняння кожного об'єкта-аналога з об'єктом оцінки і внесення поправок у ціни продажів порівнянних об'єктів.
4. узгодження скоректованих цін об'єктів-аналогів і розрахунок остаточної величини ринкової вартості об'єкта нерухомості.

Метод валового рентного мультиплікатора.

Валовий рентний мультиплікатор – це відношення продажної ціни об'єкта до потенційного або дійсного валового доходу (ПВД), що отриманий від експлуатації об'єкта нерухомості. $ВРМ = ПВД / Цаналога$

Застосування методу здійснюється в такій послідовності:

1. підраховується ринковий рентний дохід від об'єкта нерухомості, що оцінюється;
2. розраховується валовий рентний мультиплікатор для об'єктів-аналогів;
3. розраховується ймовірна вартість об'єкта оцінки за формулою:

$$Вон = ПВДон * ВРМ$$

Валовий рентний мультиплікатор не коректують на відмінності між об'єктом оцінки та порівнянними об'єктами, тому що в основу його розрахунку покладено фактичні орендні платежі та продажні ціни, в яких уже враховані такі відмінності.

Тема 5. ОЦІНКА РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ МАШИН ТА ОБЛАДНАННЯ

1. Об'єкт, цілі та особливості оцінки машин та обладнання.
2. Класифікація й ідентифікація машин та обладнання.
3. Вплив зносу на вартість машин та обладнання.
4. Методичні особливості оцінки машин та обладнання.

1. Об'єкт, цілі та особливості оцінки машин та обладнання.

Як об'єкт оцінки, машини та обладнання являють собою рухоме майно (власність). На відміну від об'єкта нерухомості (будинків і споруд), вони не пов'язані жорстко з землею і можуть бути переміщені (відкріплені від нерухомості) без нанесення непоправної фізичної шкоди як їм самим, так і нерухомості.

Специфічною рисою машин та обладнання є їх різноманітність за функціональним призначенням, типами, марками, технічними характеристиками та конструкторськими рішеннями. Тому, приступаючи до оцінки, слід визначитися з первинним об'єктом оцінки.

Звичайно, для цього використовують **інвентарний об'єкт**, під яким розуміють закінчений пристрій, предмет чи комплекс предметів зі всіма пристосуваннями та приладдям, що відносяться до нього.

Залежно від цілей, мотивів і масштабів оціночних робіт первинним об'єктом оцінки можуть виступати не тільки окремі інвентарні одиниці, виявлені та взяті на облік у процесі останньої інвентаризації майна чи безпосередньо в ході так званої роздрібно оцінки (розсіпом), але й тим чи іншим способом скомпоновані групи інвентарних одиниць (групова оцінка), а також виробничо-технологічні комплекси взаємопов'язаних машин та обладнання (системна оцінка).

Таким чином, об'єктом оцінки техніко-технологічного потенціалу підприємства можуть бути:

1. машинний чи верстатний парк підприємства в цілому чи його структурних підрозділів (філій, цехів, дільниць тощо);
2. технологічні комплекси (поточні й автоматичні лінії, роботизовано комплекси, гнучкі виробничі модулі тощо)
3. функціонально самостійні машини, агрегати та установки.

Оціночні роботи мають на меті розрахунок та обґрунтування ринкової вартості машин та обладнання на певну дату. В окремих випадках, коли намічені комерційні угоди з продажем, купівлею та обміном обладнання розтягнуті в часі, то його оцінка може проводитися на кілька календарних дат.

Цілі оцінки чи причини, що зумовлюють необхідність проведення експертизи, як правило, регламентуються національним законодавством. У цілому вони виникають між фі-

зичними, юридичними особами та державою, у сфері правовідносин, пов'язаних з володінням, розповсюдженням і використанням технічних засобів.

Досвід оціночних робіт уможливорює визначення найтипівіших ситуацій, тобто конкретних обставин й умов, які спричиняють необхідність проведення оцінки машин та обладнання. До них належать:

1. продаж зайвих для виробництва машин та обладнання.
2. оформлення застави під певну частину рухомого майна з метою отримання кредитних ресурсів для реалізації комерційних угод.
3. страхування машин та обладнання як майна підприємства.
4. передача машин та обладнання в оренду, лізинг.
5. визначення бази оподаткування (у складі основних виробничих фондів) для нарахування податку на майно.
6. визначення інвестиційної вартості машин та обладнання за обґрунтування інвестиційних проектів.
7. оцінка вартості машин та обладнання, що імпортується, для нарахування мита, зборів та інших платежів.
8. оцінка вартості машин та обладнання як проміжний етап за загальної оцінки потенціалу підприємства (бізнесу).
9. передавання та оформлення як внеску до статутного фонду іншого підприємства.
10. банкрутство підприємства і розподіл його майна в рахунок погашення боргів між кредиторами.
11. ліквідація та утилізація об'єктів унаслідок зносу, стихійного лиха і т.д.
12. примусова конфіскація засобів праці державним органом.
13. оцінка для цілей розподілу майна за розформування товариств, корпорацій тощо.
14. оцінка та вартісний аналіз техніко-технологічного потенціалу окремих виробничих підрозділів, технологічних комплексів, агрегатів та інших технічних засобів для підприємства.
15. оцінка вартості чинного машинного парку для обґрунтування варіантів проведення реструктуризації виробництва, оновлення і реконструкції технічної бази підприємства та для прийняття інших управлінських рішень щодо інтенсивнішого та ефективнішого використання наявного науково-технічного потенціалу, а також забезпечення його оптимального розвитку.

Як об'єкт оцінки, машини та обладнання характеризуються низкою особливостей, що відрізняють їх від інших елементів майнового потенціалу підприємства. До основних з них належать:

1. кількість об'єктів оцінки на підприємстві може сягати десятків тисяч різних видів обладнання, що відрізняється за призначенням, експлуатаційними і конструктивними характеристиками. Серед них зустрічаються об'єкти, що важко ідентифікувати. Вони настільки тісно пов'язані з будинками та спорудами, що можуть бути віднесені як до нерухомості, так і до обладнання. Наприклад, настінні чи настільні освітлювальні прилади, стелажі, вентиляційні та опалювальні системи в будинках по своїй суті є обладнанням, але відносяться до нерухомості. Ліфт у будинку, його кабіна, привід і система управління – це обладнання, а шахта ліфта – споруда. Крім того, оцінюються не сучасні, а зняті з виробництва машини та обладнання, аналоги яких слід шукати на вторинних ринках продажу або в застарілих прейскурантах оптових цін та номенклатурних каталогах.
2. в аналізованій предметній сфері оцінки немає таких узагальнюючих техніко-економічних показників, як вартість 1м^2 площі, 1м^3 об'єму, 1 погонного метра довжини та інше, які широко використовуються при оцінці будинків і споруд, передавальних пристроїв та полегшують їх оцінку.

3. для швидко змінюваних поколінь машин найактуальнішою, найважчою для визначення і найбільш значимою за своїми наслідками, ніж для нерухомості, є проблема фізичного зносу, функціонального, технологічного і зовнішньоекономічного старіння засобів праці, а також пов'язаного з цим їх знецінення.
4. оцінку вартості машин та обладнання дуже ускладнює велика частка імпортного обладнання у складі машинного парку підприємства, яке, як правило, неспівставне з вітчизняними зразками не тільки за технічним рівнем та якістю, а й за вартісними (монопольно високими) параметрами.

4. Методичні особливості оцінки машин та обладнання.

1. Витратний підхід базується на принципі заміщення і при оцінці машин та обладнання передбачає розрахунок витрат на відтворення або заміщення точної копії об'єкта оцінки чи його аналога, за вирахуванням витрат від усіх видів зносу, старіння та знецінення.

Отримана на основі витратного підходу вартість може значно відрізнитися від її ринкового еквівалента, оскільки між витратами і корисністю немає прямого зв'язку. Незважаючи на це, даний підхід часто є єдино можливим при оцінці машин та обладнання спеціального призначення, унікальних об'єктів, виготовлених за індивідуальним замовленням, які не мають аналогів на ринку. Використання цього підходу також виправдано у випадку обчислення податків на майно, страхування транспортних та інших технічних засобів, судового розподілу майна.

1.1. Метод розрахунку за ціною однорідного об'єкта базується на припущенні, що собівартість виготовлення однорідного об'єкта, схожого за конструктивними, технологічними та іншими характеристиками і показниками на об'єкт оцінки, дорівнює його собівартості, оскільки формується під впливом загальних для таких об'єктів виробничих факторів. У процесі розрахунку вартості, виходячи з ціни однорідного аналога, визначається повна собівартість об'єкта оцінки, яка формує основу для визначення відповідного показника даного засобу праці. У разі необхідності використовуються коригуючі коефіцієнти, що пов'язані з відмінностями у масі (об'ємі) конструкцій порівнюваних об'єктів і рівнях серійності їх виробництва.

1.2. метод аналізу й індексації витрат є досить широко розповсюдженим прийомом приведення старої ціни (вартості) об'єкта до її сучасного рівня за допомогою коригуючих індексів. Для більшої точності розрахунків проводять не пряме індексування ціни об'єкта в цілому (як це відбувається при масовій переоцінці основних фондів), а індексують основні групи витрат, які формують його собівартість. У складі останніх виокремлюють матеріальні та енерговитрати, витрати на оплату праці та амортизацію. Для визначення структури витрат використовують інформацію статистичних щорічників чи консультації з підприємствами-виробниками техніки.

1.3. метод по-елементного розрахунку витрат використовують для визначення вартості унікальних об'єктів, виготовлених за індивідуальними замовленнями, які навіть у сучасних умовах, при незначних збірних роботах, можуть бути скомпоновані з самостійних, стандартизованих вузлів, пристроїв та агрегатів (що є на ринку) у готові засоби виробництва. Характерним прикладом може слугувати офісна і комп'ютерна техніка, оціночна вартість якої при по-елементному розрахунку визначається способом підсумування витрат на придбання окремих комплектуючих, їх транспортування та складання, враховуючи прибуток. Обсяг власних витрат виробника, пов'язаних зі складальними та монтажними роботами, приймається рівним 30-40% від загальної вартості основних частин об'єкта.

1.4. метод визначення собівартості за укрупненими (збільшеними) нормативами. Технологічна схожість різних за функціональним призначенням і конструкцією машин та обладнання (ткацький верстат, пакувальна машина тощо) відкриває можливість їх оцінки на основі загального алгоритму та єдиних укрупнених нормативів виробничих витрат. Під

укрупненими нормативами витрат розуміють відносні чи питомі показники витрат будь-яких виробничих ресурсів чи інших видів затрат на одиницю ключового фактора.

2. Порівняльний підхід ґрунтується на визначенні ринкової вартості машин та обладнання масового і серійного виробництва шляхом аналізу та порівняння цін недавнього продажу ідентичних чи аналогічних об'єктів. При виборі об'єктів порівняння, визначення відповідності їхніх основних характеристик об'єкта оцінки до уваги береться:

по-перше, функціональна схожість (ідентичність) основної функції, яку покликані виконувати порівнювані об'єкти;

по-друге, класифікаційна приналежність об'єкта оцінки і його аналога до одного класу (підкласу) чи виду за відповідним класифікатором об'єктів техніки;

по-третє, конструктивно-технологічна схожість, тобто подібність за конструкційною схемою, складу та однорідності елементів і в принципах технологічної дії.

2.1 метод прямого порівняння базується на співставленні продажу об'єктів, ідентичних з оцінюваним, щодо яких недавно відбулися комерційні угоди, чи відома інформація щодо ринкової ціни таких пропозицій. При ідентичності чи близькій схожості функціональних і параметричних характеристик аналізованих технічних засобів вносяться незначні поправки у вартість об'єкта оцінки, пов'язані в основному з його станом та особливостями місцезнаходження та умов ринку (умов продажу).

У випадку аналогового порівняння продажу вартість об'єкта-аналога коригується на всі відмінності від об'єкта оцінки. При цьому для визначення відновної вартості (Vo) машин чи одиниці обладнання використовують наступну загальну формулу:

$$Vo = Van * K_{mo} / (1 - K_{z.an}) * K_1 * K_2 * K_3 * \dots * K_i * K_{kp} + Ц_{доп} + Ц_{tz},$$

Де Van – ціна об'єкта-аналога на момент продажу

K_{mo} – коефіцієнт моменту оцінки, тобто індекс зміни вартості аналога з моменту його випуску до моменту оцінки

K_{z.an} – коефіцієнт фізичного зносу аналога за період експлуатації з моменту випуску до моменту оцінки

K₁, K₂, K₃, ... K_i - коригуючі параметричні коефіцієнти, що враховують відмінності технічних параметрів у об'єкта оцінки та аналога, даний коефіцієнт розраховується:

- при відмінності параметрів не більше 20% за формулою $K_i = P_i / P_{ai}$
- при відмінності параметрів більше ніж 20% за формулою $K_i = (P_i / P_{ai})^n$

P_i, P_{ai} – значення і-го параметра об'єкта оцінки та аналога

n – показник степеня, що характеризує силу впливу і-го параметра на ціну об'єкта (коефіцієнт гальмування ціни)

K_{kp} – коефіцієнт відмінності комерційної привабливості, який характеризує співвідношення якісних властивостей у порівнюваних об'єктів (визначається експертним шляхом за допомогою балів)

Ц_{доп} – ціна додаткових пристроїв на момент оцінки, наявність яких відрізняє порівнювані об'єкти

Ц_{tz} – ціна товарного знака.

2 варіант

$$Vo = Van * K_1 * K_2 * K_3 * \dots * K_i * I_c$$

де Vo – вартість об'єкта оцінки

Van – вартість аналога

K₁, K₂, K₃, ... K_i - поправочні коефіцієнти

I_c – індекс цін за період між датою оцінки і датою продажу аналога

Розрахунок поправочних коефіцієнтів на технічні параметри здійснюється за формулою

- якщо дана характеристика збільшує величину оціночної вартості об'єкта
 $K_i = P_{oi} / P_{ai}$
- якщо дана характеристика зменшує величину оціночної вартості об'єкта
 $K_i = P_{ai} / P_{oi}$

Де P_{ai} – i -а характеристика аналога

P_{oi} – i -а характеристика об'єкта оцінки

Загальна поправка на технічні параметри розраховується за формулою

$$K = \sum Z_n \times K_i$$

Якщо аналогами виступають кілька об'єктів, то для кожного з них здійснюються розрахунки за формулами, а отримані результати усереднюються.

2.2. метод статистичного моделювання ціни – особливість цього методу ґрунтується на тому, що оцінюваний вид обладнання виступає в якості представника певної сукупності однорідних об'єктів (параметричного ряду, класу машин) з відомою ціною. На основі інструментарію теорії статистики, параметричної та цінової інформації про об'єкти, що формують однорідну сукупність, розробляється математична модель залежності ціни від одного чи декількох параметрів. На базі сформованої моделі розраховують середньостатистичну ціну об'єкта оцінки, до якої вносяться поправочні коригування, пов'язані з наявністю додаткових пристроїв і товарного знака.

3. Доходний підхід в оцінці машин і обладнання базується на оцінці очікувань інвестора та передбачає розрахунок поточної вартості доходів, які за прогнозами можуть бути отримані від володіння об'єктом. Застосування методів дисконтова них грошових потоків або капіталізації прибутку доцільно в тому випадку, якщо здійснюється „системна оцінка” машин і обладнання, під час якої потік доходів і витрат може бути зіставлений з об'єктом оцінки, або об'єктом оцінки виступає обладнання, за допомогою якого виконуються безпосередньо оплачувані роботи. Обмеження сфери застосування доходного підходу пов'язане з тим, що доход створюється не тільки за рахунок використання машин і обладнання, але й інших елементів виробничої системи, що складається, крім того, з будівель, споруд, передавальних пристроїв, оборотних і нематеріальних активів.

Використання методів доходного підходу передбачає здійснення розрахунків у такій послідовності:

1. розрахунок чистого операційного доходу від функціонування виробничо-технологічної системи (підприємства в цілому, цеху або ділянки).
2. визначення за допомогою методу залишку частини доходу, що може бути локалізований і співвіднесений з оцінюваними машинами й обладнанням
3. визначення вартості об'єктів машин і обладнання за допомогою методів дисконтування або капіталізації

Тема 6. ОЦІНКА ВАРТОСТІ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

1. Теоретичні аспекти аналізу нематеріальних ресурсів підприємства.
2. Роль, значення та характер участі нематеріальних активів у господарській діяльності підприємства.
3. Методологія оцінки нематеріальних активів підприємства. Особливості оцінки окремих видів нематеріальних активів підприємства.

1. Теоретичні аспекти аналізу нематеріальних ресурсів підприємства.

Відповідно до П(С)БО 8 *нематеріальний актив* визначається як немонетарний актив, який не має матеріальної форми, може бути ідентифікований (відокремлений від підприємства) і знаходиться на підприємстві у цілях використання протягом періоду більше як одного

року (або одного операційного циклу, якщо він перевищує один рік) для виробництва, торгівлі, в адміністративних цілях або надання в оренду іншим особам.

Основні ознаки нематеріальних активів:

- відсутність матеріально-речової структури;
- використання протягом тривалого часу (понад один рік);
- здатність бути корисним підприємству;
- високий ступінь невизначеності розмірів можливого у майбутньому прибутку завдяки

їх використанню.

Класифікація, облік та аналіз нематеріальних активів ведеться щодо кожного об'єкта за такими групами:

1. права користування природними ресурсами (право користування надрами, іншими ресурсами природного середовища, геологічною та іншою інформацією про природне середовище тощо);

2. право користування майном (право користування земельною ділянкою, право користування будівлею, право на оренду приміщення тощо)

3. права на знаки для товарів і послуг (товарні знаки, торгові марки, фірмові назви тощо);

4. права на об'єкти промислової власності (право на винаходи, корисні моделі, промислові знаки, сорти рослин, породи тварин, «ноу-хау», захист від недобросовісної конкуренції тощо);

5. авторські та суміжні з ними права (право на літературні та музичні твори, програми для ЕОМ, бази даних тощо);

6. гудвіл (різниця між ринковою та балансовою вартостями підприємства);

7. інші нематеріальні активи (право на провадження діяльності, використання економічних та інших привілеїв тощо).

Основні ситуації, в яких облік та оцінка вартості нематеріальних активів просто необхідні:

1. З метою обліку та аналізу:

- встановлення ціни на товари, що виготовляються з використанням нематеріальних активів;

- страхування об'єктів нематеріальних активів;

- розрахунок винагороди для авторів, що створили нематеріальні активи;

- аналіз ефективності роботи підприємства, яке створює чи використовує нематеріальні активи;

- визначення прибутку від вживання нематеріального активу в господарській діяльності;

- облік об'єктів нематеріального активу на балансі підприємства;

- відображення вартості нематеріальних активів у собівартості продукції;

- оцінка інвестиційних проектів.

2. З метою аналізу прибутку від використання нематеріальних активів:

- визначення бази оподаткування;

- вибір оптимального варіанта використання нематеріального активу (власне чи реалізація ліцензії);

- фінансове забезпечення оновлення виробничих фондів;

- зменшення витрат, пов'язаних із незаконним використанням нематеріальних активів та їх експортом;

3. З метою відображення вартості нематеріальних активів у статутному фонді фірм:

- збільшення вартості статутного капіталу для підвищення шансів на отримання кредитів;

- точний облік вкладів до статутного фонду;

- правильний розподіл часток вкладів за спільне інвестування;

- переоцінка структури та розміру статутного капіталу;

- випуск акцій функціонуючими підприємствами.

4. Для зміни форми та суб'єкта власника:

- реорганізація (в тому числі приватизація), ліквідація, банкрутство підприємства;
- продаж підприємства з аукціону або в конкурсному порядку;
- приватизація об'єктів науково-технічної сфери;
- купівля або продаж прав на нематеріальні активи;
- надання франшизи або здійснення лізингу;
- визначення вартості нематеріального активу, запропонованого як застава.

5. З метою вирішення організаційно-правових питань:

- обґрунтування вартості нематеріального активу в процесі судово-арбітражних суперечок, пов'язаних із незаконним його використанням;
- обґрунтування вартості нематеріальних активів під час судово-арбітражних суперечок, пов'язаних із неправильною виплатою авторської винагороди.
- виконання постанов судових органів.

2. Роль, значення та характер участі нематеріальних активів у господарській діяльності підприємства.

Як уже зазначалося, нематеріальні активи вважаються особливим видом інвестицій. Цінність нематеріальних активів зумовлена їх можливістю тривалий час бути корисними для отримання доходу чи іншої вигоди. По своїй суті вони повинні розглядатися як засоби виробництва, що не мають матеріальної форми, але мають грошову вартість.

Залучаючи той чи інший об'єкт інтелектуальної власності до господарського обороту, підприємство має врахувати:

- якісні характеристики об'єкта з позицій його корисності;
- вартість нематеріального активу з позицій незалежного оцінщика та власного уявлення про його цінність, враховуючи його вплив на вартість кінцевої продукції;
- строк корисного використання нематеріального активу з позицій споживчих якостей товару, що несе в собі позитивні якості нематеріального активу;
- ефекти використання нематеріального активу з позицій дохідності та конкурентоспроможності;
- капіталізацію об'єкта нематеріальних активів з товарних позицій. Тобто нематеріальний актив є об'єктом купівлі-продажу.

З позиції загального впливу об'єктів нематеріальних активів на діяльність підприємства в комплексі застосовується поняття «гудвіл».

3. Методологія оцінки нематеріальних активів підприємства. Особливості оцінки окремих видів нематеріальних активів підприємства.

У процесі оцінки нематеріальних активів використовують загальноприйняті підходи: дохідний, витратний і порівняльний.

Вибір того чи іншого підходу до оцінки суттєво залежить від виду та характеру нематеріального активу, стабільності та природи доходу, що генерується з його допомогою, можливості його комерційного використання.

В оцінці нематеріальних активів доходному підходу належить особливе місце як такому, що найбільше вірогідно відбиває дійсну цінність нематеріальних активів і ті майбутні вигоди, що одержить власник від володіння ними.

Під майбутніми вигодами від застосування нематеріальних активів розуміють майбутні надходження чистого прибутку (грошового потоку), створеного безпосередньо даними активами.

Методи доходного підходу щодо оцінки нематеріальних активів за математичним апаратом, що застосовується, поділяють на:

- методи дисконтова них грошових потоків

- методи прямої капіталізації прибутку.

За способом виділення економічного ефекту методи доходного підходу щодо оцінки нематеріальних активів поділяють на:

1. методи, засновані на виділенні реального економічного ефекту
2. методи, засновані на синтетичній побудові економічного ефекту.

Групування методів оцінки нематеріальних активів за способом виділення економічного ефекту ґрунтується на тому, що в процесі оцінки важливою проблемою є необхідність виділення із грошового потоку, що створюється бізнесом, тієї частини, яку дійсно можна вважати результатом використання саме нематеріального активу.

Згідно першого напрямку доцільно визначати *реальний економічний ефект*, що створюється завдяки використанню нематеріального активу.

Основними джерелами отримання такого ефекту можуть бути:

- надлишковий прибуток, що створюється завдяки нематеріальним активам, які не відображені у фінансовій звітності, але використання яких забезпечує дохідність на активи і на власний капітал вище за середньо ринковий рівень
- реальні ліцензійні платежі, що надходять право власнику за ліцензійними угодами на дозвіл використовувати, наприклад, торгову марку або товарний знак
- перевага в ціні одиниці продукції, що випускається та реалізується з використанням об'єкта оцінки
- виграш в собівартості продукції за рахунок економії на умовно-змінних або умовно-постійних витратах
- перевага в обсязі реалізації продукції.

В даній групі використовують наступні методи:

1.1. **метод надлишкового прибутку** застосовується для оцінки гудволу і передбачає виконання операцій у такій послідовності:

- 1) визначення ринкової вартості всіх активів (або власного капіталу) підприємства.
- 2) розрахунок скоректованого на нетипові доходи та витрати фактичного чистого прибутку, що отримується за рахунок сумарних історичних інвестиційних витрат на придбання (створення) всіх активів (або використання власного капіталу)
- 3) визначення середньо ринкової доходності на активи або власний капітал.
- 4) розрахунок нормалізованого (очікуваного) прибутку підприємства за умов середньо ринкової доходності активів (власного капіталу).
- 5) розрахунок надлишкового прибутку як різниці скоректованого фактичного та нормалізованого прибутку.

б) розрахунок вартості гудволу (Г) за формулою:

$$Г = (П - P_{\text{ср}} * А) / K_k$$

Де П – скоректований фактичний чистий прибуток підприємства

$P_{\text{ср}}$ – середньо ринкова доходність на активи або власний капітал

А – ринкова вартість активів (власного капіталу)

K_k – коефіцієнт капіталізації

1.2. **метод реальних ліцензійних платежів** (дисконтування грошових потоків)

1.3 **метод переваги в ціні** економічний ефект від використання нематеріального активу за рахунок збільшення ціни продукції розраховують за формулою: $Д = К * (Ц - Ц_{\text{б/вик}})$. Далі надходження капіталізуються.

1.4. **метод виграшу в собівартості** знаходить широке застосування в сфері оцінки ноу-хау, але не застосовується у випадку оцінки нових видів продукції. економічний ефект за рахунок зниження сукупних витрат завдяки використанню нематеріального активу розраховують за формулою: $Д = К (В_{\text{зм б/вик}} - В_{\text{зм}}) + \Delta V_{\text{пост}}$, потім ефект дисконтується.

1.5. метод переваги в обсязі реалізації дисконтується ефект $D = C * (K - K \text{ б/вик})$

Методи другого підходу синтетичного виділення економічного ефекту використовуються для оцінки вартості патентів і ліцензій і ґрунтуються на загальному вихідному припущенні про те, що було б, якби оцінюваний нематеріальний актив не належав його сьгоднішньому власнику, який за таких умов був би зобов'язаний здійснювати регулярні ліцензійні платежі на користь іншої особи – власника прав. Однак, насправді такі платежі не здійснюються, оскільки права належать сучасному власнику нематеріального активу, і він звільнений від цього обов'язку. Економія, що утворюється в результаті такого звільнення, є додатковим прибутком, який генерується нематеріальним активом. А вартість об'єкта оцінки в даному випадку визначається як поточна вартість потоків додаткових прибутків за винятком усіх витрат, пов'язаних із забезпеченням патенту або ліцензії, протягом економічного строку служби патенту або ліцензії.

2.1. метод „звільнення від роялті” передбачає розрахунок ліцензійних платежів на основі річних обсягів продажів. Розмір цих платежів (роялті) розраховується у відповідності зі сформованою практикою ліцензійних угодж і являє собою процент винагороди за надання права використання об'єкта інтелектуальної власності. Сума періодичного платежу у вигляді роялті визначається шляхом множення річної виручки від реалізації продукції, що випускається з застосуванням нематеріального активу (за винятком ПДВ і акцизів), на середньостатистичну ставку роялті. Основна маса відомих ставок роялті знаходиться в діапазоні від 0,01 до 0,15. При дисконтуванні 1 рік вважається нульовим, так як вважається, що надходження негайні.

2.2 метод виділення частки ліцензіара (власника) в прибутку ліцензіата. Розмір ліцензійного платежу визначається шляхом множення річної величини прибутку, який отримується від реалізації продукції, випущеної з застосуванням нематеріального активу, як середньостатистичну частку ліцензіара, що знаходиться в діапазоні від 0,1 до 0,5. розмір частки визначається обсягом переданих прав, наявністю та дійсністю патентної охорони та розміром прибутку. Особливим випадком методу вважається „правило 25 процентів”.

Витратний підхід застосовується для оцінки таких нематеріальних активів, які створюються самими право власниками та для яких не існує ефективного ринку продажів (науково-дослідні та дослідно-конструкторські розробки, програмні продукти спеціального призначення та ін..)

Залежно від того яка документація, що підтверджує витрати на створення об'єкта оцінки, може бути надана право власником, використовуються такі основні методи:

1. якщо в замовника є документально зафіксований кошторис витрат:
 - метод вихідних витрат
 - метод відновлювальної вартості.
2. якщо кошторис відсутній
 - метод вартості заміщення.

Метод вихідних витрат (історичної вартості) будується на використанні реальних ретроспективних даних про витрати, які здійснено з метою створення оцінюваних результатів інтелектуальної діяльності. Його особливістю є обов'язковість індексації виявлених витрат з метою їхнього приведення до рівня цін на товари та послуги, що відповідає даті оцінки. Така індексація повинна здійснюватися з застосуванням індексу споживчих цін, які розраховуються Держкомстатом. Можливе також застосування галузевих індексів у випадку наявності інформації про них. Метод вихідних витрат застосовується під час оцінки унікальних нематеріальних активів, спрямованих на космічну, військову та інші сфери.

Метод відновлювальної вартості передбачає визначення суми витрат, необхідних для створення нової точної копії оцінюваного нематеріального активу. Ці витрати повинні бути розраховані на основі діючих на дату оцінки цін на товари, послуги та вартість робочої сили у відповідному регіоні й у відповідній галузі економіки. Метод вартості відновлення найчастіше застосовується під час оцінки технологій і пов'язаних з ними об'єктів інтелектуальної

власності, що не створюють прямого економічного ефекту або визначення і прогнозування такого ефекту неможливі. Найчастіше даним методом оцінюються нематеріальні активи, спрямовані на соціальну сферу (охорону здоров'я, освіту і т.ін.)

Метод вартості заміщення пов'язаний із визначенням вартості створення нового активу, еквівалентного об'єкту оцінки за функціональними можливостями та варіантами його використання. При цьому не обов'язкова повна ідентичність структури об'єкта та природи утворюючих його частин, а процедура оцінки ідентична визначенню відновлювальної вартості об'єкта. Метод вартості заміщення застосовується під час оцінки вартості конструкторської та технічної документації.

Застосування будь-якого методу витратного підходу завершується визначенням зносу, обумовленого факторами функціонального й економічного застарівання, під впливом яких відбувається зниження вартості об'єкта власності. Нематеріальні активи вважаються несхильними до фізичного зносу.

Під функціональним застаріванням розуміють невідповідність функціональних можливостей об'єкта оцінки сучасним ринковим уявленням про характеристики власності такого типу. Зниження вартості, обумовлене цим фактором, визначається шляхом розрахунку вартості необхідних доробок так само, як це робиться при визначенні вартості заміщення.

Економічне застарівання (зовнішній знос) викликається зміною загальної економічної ситуації в країні, регіоні або галузі, перебудовою інфраструктури в місці розташування підприємства й іншими факторами, що підходять під визначення „зовнішні умови”. Величина економічного застарівання розраховується шляхом прямої капіталізації зміни грошового потоку під впливом безпосередньо оцінюваного нематеріального активу.

При використанні **порівняльного (ринкового) підходу** оцінюваний нематеріальний актив порівнюється з аналогічними об'єктами або інтересами в цих об'єктах. Що були продані на інтелектуальному або товарному ринках. Основним методом даного підходу є метод порівняння продажів, послідовність дій при використанні якого аналогічна як і при оцінці об'єктів нерухомості, машин і устаткування.

Основними умовами застосування методу є:

- фіксація на ринку фактів продажу об'єктів аналогічного призначення та порівнянної корисності
- наявність і доступність інформації про ціни продажу та дійсні умови здійснення цих угод
- наявність аналітичної інформації про ступінь впливу відмінних рис і характеристик таких об'єктів на їх вартість.

До відмінних рис і характеристик нематеріальних активів, що є елементами порівняння, відносять:

- обсяг прав. Переданих в угоді
- існування будь-яких спеціальних умов фінансування
- економічні умови, що існували на відповідному вторинному ринку під час угоди
- галузь або бізнес, де використовувався (буде використовуватися) нематеріальний актив
- фізичні функціональні та технологічні характеристики об'єктів
- включення інших (нематеріальних) активів в угоду.

У зв'язку з тим, що загальні обсяги продажів нематеріальних активів у цілому й інтелектуальної власності зокрема на вітчизняному інтелектуальному ринку є досить низькими, то для практичної оцінки таких об'єктів порівняльний підхід використовується рідко, а доступна інформація про угоди, що мали місце в недавньому минулому, використовується скоріше як орієнтована, а не як визначальне підсумкове значення вартості об'єкта.

Тема 7. ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

1. Роль і значення трудового потенціалу в економічних відносинах.
2. Методологія оцінки трудового потенціалу підприємства.
3. Методики оцінки трудового потенціалу підприємства.

1. Роль і значення трудового потенціалу в економічних відносинах.

Трудовий потенціал – це існуючі сьогодні та передбачувані трудові можливості, які визначаються чисельністю, віковою структурою, професійними, кваліфікаційними та іншими характеристиками персоналу підприємства.

У загальній структурі трудового потенціалу підприємства залежно від критерію аналізу можна виокремити такі його **видові прояви**:

1. За рівнем агрегованості оцінок:

- 1.1. *Трудовий потенціал працівника* – це індивідуальні інтелектуальні, психологічні, фізіологічні, освітньо-кваліфікаційні та інші можливості особистості, які використовуються чи можуть бути використані для трудової діяльності.
- 1.2. *Груповий (бригадний) трудовий потенціал* крім трудового потенціалу окремих працівників включає додаткові можливості їх колективної діяльності на основі сумісності психофізіологічних і кваліфікаційно-професійних особливостей колективу.
- 1.3. *Трудовий потенціал підприємства (організації)* – це сукупні можливості працівників підприємства активно чи пасивно брати участь у виробничому процесі в рамках конкретної організаційної структури виходячи з матеріально-технічних, технологічних та інших параметрів.

2. За спектром охоплення можливостей:

- 2.1. *Індивідуальний трудовий потенціал* враховує індивідуальні можливості працівника.
- 2.2. *Колективний (груповий) трудовий потенціал* враховує не тільки індивідуальні можливості членів колективу, а й можливості їхньої співпраці для досягнення суспільних цільових орієнтирів.

3. За характером участі у виробничо-господарському процесі:

- 3.1. *Потенціал технологічного персоналу* – це сукупні можливості працівників підприємства, задіяних у профільному та суміжних виробничо-господарських процесах для виробництва продукції (роботи, послуг) встановленої якості та визначеної кількості, а також працівників, виконуючих технічні функції апарату управління.
- 3.2. *Управлінський потенціал* – це можливості окремих категорій персоналу підприємства щодо ефективної організації та управління виробничо-комерційними процесами підприємства (організації).

4. За місцем у соціально-економічній системі підприємства:

- 4.1. *Структуро-формуючий трудовий потенціал* – це можливості частини працівників підприємства щодо раціональної та високоефективної організації виробничих процесів і побудови найбільш гнучкої, чіткої, простої структури організації.
- 4.2. *Підприємницький трудовий потенціал* – це наявність та розвиток підприємницьких здібностей певної частини працівників як передумови для досягнення економічного успіху за рахунок формування ініціативної й інноваційної моделі діяльності.
- 4.3. *Продуктивний трудовий потенціал* – це можливості працівника підприємства генерувати економічні й неекономічні результати виходячи з існуючих умов діяльності у рамках певної організації.

Трудовий потенціал працівника містить:

- *психофізіологічний потенціал* – здатності і схильності людини, стан її здоров'я, працездатність, витривалість, тип нервової системи і т.п.

- *кваліфікаційний потенціал* – обсяг, глибина і різнобічність загальних і спеціальних знань, трудових навичок і умінь, що обумовлює здатність працівника до праці визначеного змісту і складності.
- *соціальний потенціал* – рівень цивільної свідомості і соціальної зрілості, ступінь засвоєння працівником норм ставлення до праці, ціннісні орієнтації, інтереси, потреби і запити в сфері праці, виходячи з ієрархії потреб людини.

Трудовий потенціал організації містить такі компоненти: кадровий, професійний, кваліфікаційний і організаційний.

2. Методологія оцінки трудового потенціалу підприємства

Вартісна оцінка кадрового потенціалу є необхідним етапом оцінки сукупного потенціалу підприємства.

Цілі вартісної оцінки кадрового потенціалу можна розділити на три групи:

1. визначення ступеня впливу кадрового потенціалу на підвищення або зниження ринкової ціни та сукупного потенціалу підприємства
2. визначення ступеня впливу кадрового потенціалу на інвестиційну привабливість підприємства
3. визначення обсягу витрат на реструктуризацію кадрового потенціалу у випадку передпродажної або постприватизаційної реструктуризації самого підприємства, а також при антикризовому управлінні або інноваційному проектуванні

Незважаючи на те, що необхідність оцінки кадрового потенціалу є очевидною, підходи до самого процесу оцінки носять дискусійний характер. Даний факт пояснюється необхідністю урахування значного числа суб'єктивних характеристик у процесі його оцінки, що робить суб'єктивною і саму оцінку.

З огляду на характер участі певних категорій персоналу в господарській діяльності, оцінку трудового потенціалу підприємства потрібно розділити на дві складові:

- оцінка трудового потенціалу технологічного персоналу
- оцінка управлінського потенціалу підприємства.

3. Методики оцінки трудового потенціалу підприємства.

Відповідно до **витратного підходу** вартість кадрового потенціалу являє собою сукупність фактичних витрат на його створення.

Причому, ці витрати можуть визначатися **за історичною ціною** залучення кадрового складу (фактична заробітна плата, витрати на забезпечення умов праці, оплата соціального забезпечення) та за **ціною компенсації**. Остання передбачає визначення витрат, пов'язаних із заміною всіх працівників. У цьому випадку підсумовується зарплата працівників за 0,5 – 2 місяці (еквівалент винагороди (рекрутингової) компанії по найму за добір кандидатів на вакантні посади). Якщо оцінюваний бізнес істотно залежить від конкретних менеджерів, за цими кандидатурами додатково враховується зарплата ще за два місяці (час, необхідний для адаптації підібраних кандидатів до специфіки діяльності підприємства). Якщо здійснюється оцінка за вакансіями провідних спеціалістів (внутрішньо фірмової еліти), то в загальній сумі заробітної плати працівників враховується вартість тренінгу команди.

Одним з можливих способів визначення вартості кадрового потенціалу за допомогою витратного підходу є **метод можливої собівартості**, використання якого базується на проведенні внутрішнього аукціону адміністрацією підприємства, де „лотами” виступають усі працівники, а „покупцями” – начальники відділів. Якщо на здібності працівника не виявлений попит, то його ціна приймається рівною нулю, а сукупна ціна всіх інших працівників дорівнює вартості кадрового потенціалу.

Оцінка потенціалу **на основі одиниці живої праці** дозволяє краще врахувати ефективність використання трудового потенціалу підприємства. Розрахунки трудового потенціалу згідно з даною методикою проводяться за такими етапами:

1. визначається одиниця оцінки живої праці одного робітника (А), шляхом встановлення її фондового аналога у вартісному виразі:

$$A = Пт * (\Delta Фв / \Delta Пт),$$

Де Пт – продуктивність праці співробітника у звітному році, тис. грн..

$\Delta Фв$ – зростання фондоозброєності праці в розрахунку на одного працівника порівняно з базовим роком (приріст в долях),

$\Delta Пт$ – зростання продуктивності праці працівника порівняно з базовим роком (приріст в долях).

2. визначається трудовий потенціал технологічного персоналу підприємства (ТПтех):

$$ТПтех = A * Ч * Еф$$

де Ч – середньорічна чисельність промислово-виробничого персоналу, осіб

Еф – коефіцієнт реалізації трудового потенціалу технологічного персоналу підприємства.

3. управлінський потенціал у вартісному виразі визначається на основі частки витрат на адміністративно-управлінський апарат у загальній структурі витрат підприємства.
4. загальний трудовий потенціал підприємства визначається шляхом підсумування вартості трудового потенціалу технологічного персоналу і вартості управлінського потенціалу.

Для оцінки розміру трудового потенціалу підприємства використовують такі показники:

1. *продуктивність праці промислово-виробничого персоналу (за чистою продукцією)*
2. *коефіцієнт змінності робочої сили (кількість людино-днів. Фактично відпрацьованих працівниками у всіх змінах (чи за планом) протягом аналізованого періоду поділити на кількість людино-днів, відпрацьованих у найбільш завантажену зміну протягом аналізованого періоду)*

Порівняльний підхід

Доходний підхід до визначення вартості кадрового потенціалу пов'язаний з оцінкою реальної вигоди, яку має підприємство від праці працівників. У цьому випадку вартість кадрового потенціалу дорівнює капіталізації частини прибутку, що генерується цією працею, і у випадку, якщо показники ефективності підприємства перевищують середньо галузеві, то ця вартість певною мірою враховується через гудвіл.

У той же час залежність гудволу від величини кадрового потенціалу не прямо пропорційна. Підприємство, маючи високий гудвіл, сформований протягом багатьох років, може протягом деякого періоду мати низький рівень кадрового потенціалу за рахунок звільнення декількох висококваліфікованих менеджерів, наявності значного за масштабами конфлікту в трудовому колективі, нездатності працівників до перекваліфікації у зв'язку зі зміною профілю діяльності підприємства. Тому в процесі оцінки кадрового потенціалу за допомогою гудволу необхідно враховувати різний період їх формування.

Досить поширеною можна вважати коефіцієнтну методику оцінки трудового потенціалу підприємства, яка по суті є синтезом витратних і порівняльних підходів до оцінки.

Усі коефіцієнти даної методики інтегрують в такі групи:

- показники професійної компетентності

- показники творчої активності
- показники повноти, якості та оперативності виконаних робіт
- показники трудової дисципліни
- показники колективної роботи тощо.

Наприклад, система оцінки трудового потенціалу працівника згідно з коефіцієнтною методикою включає такі основні показники:

1. коефіцієнт освіти (Косв)

$$K_{осв} = A / 60,$$

Де А – тривалість роботи працівника за спеціальністю, визначеною в дипломі (за аналізований період), місяців;

60 – максимальна нормативна тривалість роботи за спеціальністю, визначеною у дипломі про вищу освіту, місяців.

2. коефіцієнт посадового досвіду (Кдосв)

$$K_{досв} = B / 60$$

Де В – досвід роботи на певній посаді, місяців

60 – максимальна нормативна тривалість роботи на певній посаді, місяців.

3. Коефіцієнт підвищення кваліфікації (Кквал)

$$K_{квал} = H / ПН$$

Де Н – фактична тривалість навчання з підвищення кваліфікації за період роботи за спеціальністю, місяців

ПН – нормативна тривалість навчання з підвищення кваліфікації (виходячи з припущення щодо необхідності щорічного навчання тривалістю 0,5 місяця), місяців

4. інтегрований коефіцієнт професійної компетентності

$$IK_{проф} = \sqrt[3]{K_{осв} * K_{досв} * K_{квал}}$$

5. коефіцієнт повноти виконаних робіт

$$K_{повн} = \text{кількість повністю виконаних робіт} / \text{кількість виконуваних робіт за період}$$

6. коефіцієнт оперативності виконання робіт

$$K_{опер} = \text{кількість робіт виконаних раніше строку} / \text{кількість повністю виконаних робіт}$$

7. коефіцієнт якості виконання робіт

$$K_{якості} = \text{кількість реалізованих проектів} / \text{кількість повністю виконаних робіт}$$

8. інтегрований коефіцієнт виконання робіт

$$IK_{робіт} = \sqrt[3]{K_{повн} * K_{опер} * K_{якості}}$$

9. Трудовий потенціал співробітника

$$ТП = IK_{проф} * 0,5 + IK_{робіт} * 0,5$$

Синтезом витратного та доходного підходу можна вважати метод оцінки, запропонований у роботі В.Аллавердяна, відповідно до якого вартість кадрового потенціалу визначається добутком місячної заробітної плати працівника на коефіцієнт гудволу його кадрового потенціалу.

В даному випадку вартість кадрового потенціалу фактично дорівнює скоректованій ціні заміщення персоналу підприємства. При цьому коефіцієнт гудволу кадрового потенціалу працівника має відбивати реальну, ринкову, індивідуальну вартість працівника не як штатної одиниці. А як конкретної людини, що вміє виконувати ту чи іншу функції. Вирішувати ті чи інші завдання. До факторів, що впливають на гудвіл кожного конкретного працівника, можна віднести: професійний рівень працівника. Його компетентність для вирішення поставлених завдань, соціально психологічні властивості, що безпосередньо впливають на якість професійної діяльності, психологічний клімат, що склався в колективі. Склад факторів. Які необхідно враховувати для розрахунку коефіцієнта гудволу кадрового потенціалу працівника може змінюватися залежно від цілей оцінки та специфіки діяльності підприємства.

Тема 8. ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ

1. Особливості методів оцінки вартості бізнесу.
2. Методи витратного підходу до оцінки вартості бізнесу.
3. Методи результатного підходу до оцінки вартості бізнесу.
4. Методи оцінки вартості бізнесу, що базуються на порівняльному підході.

1. Особливості методів оцінки вартості бізнесу.

Оцінка вартості бізнесу – це акт чи процес формування точки зору оцінювача та підрахунку вартості бізнесу, цілісного майнового комплексу, або пов'язаних з ним прав.

Виходячи з мети та характеру розрахунків, прийнято вирізняти внутрішню та зовнішню оцінку вартості бізнесу. Перша з них реалізує цільові орієнтири менеджменту підприємства (власників) шляхом обліку вартості усіх внутрішніх елементів виробничо-комерційної системи підприємства. Зовнішня оцінка передбачає врахування впливу зовнішніх (ринкових) чинників на вартість підприємства, виходячи з доступної широкому загалу господарської інформації.

2. Методи витратного підходу до оцінки вартості бізнесу.

1.1. *простий балансовий метод* – вартість бізнесу визнається рівною різниці між активами та пасивами фірми.

Використання даного методу передбачає порівняння суми (вартості) майна підприємства (активів) та суми його зобов'язань (пасивів).

Алгоритм визначення вартості бізнесу відповідно до даного методу включає такі етапи:

- 1) визначення дати оцінки. Збір, систематизація та гармонізація облікової звітності щодо активів підприємства (формування підсумкових вартісних показників шляхом агрегації первісних облікових даних, отриманих у ході інвентаризації об'єктів цілісного майнового комплексу).
- 2) Узгодження дати оцінки, збір, систематизація та гармонізація облікової звітності щодо пасивів підприємства (вартісна оцінка зобов'язань відповідно до прийнятих та законодавчо закріплених методів системи обліку).
- 3) Визначення вартості бізнесу як суми власного капіталу підприємства, що розраховується як різниця між обліковою вартістю майна підприємства та розміром його зобов'язань.

Поданий алгоритм є найпростішим, але й найменш точним. Визначена на його основі вартість бізнесу лише відтворює розмір власного капіталу, витраченого для створення об'єкта оцінки, і не враховує досвід, поточний стан і перспективи його діяльності, повністю ігноруючи ринкові фактори.

Цей метод використовується як поверхневий діагностичний інструмент оцінки за умови відсутності достовірної інформації щодо специфіки і характеру діяльності підприємства

1.2. *метод регулювання балансу* – вартість бізнесу визначається шляхом підсумування реальної вартості усіх компонентів цілісного майнового комплексу підприємства з вирахуванням сум його зобов'язань (боргів).

Особливістю даного методу оцінки є використання не облікових величин елементів виробничо-комерційної системи підприємства, а їх скоригованих вартостей. При цьому розрахунки проводяться за цінами останньої купівлі майна чи іншого обґрунтованого моменту часу. Визначення вартості бізнесу проводиться за такими етапами:

- 1) визначення реальної вартості основних засобів підприємства, шляхом коригування їх балансової вартості залежно від їх відновної вартості на момент оцінки
- 2) оцінка вартості земельної ділянки у ринкових цінах, сформованих на момент оцінки, враховуючи витрати на її поліпшення та благоустрій.
- 3) Визначення реальної вартості виробничих запасів сировини, матеріалів, напівфабрикатів, готової продукції, переглядаючи бухгалтерські величини та переоцінюючи вар-

тість понаднормативних чи влєжаних запасів. Оцінка реальної вартості дебіторської заборгованості, враховуючи ймовірність та відсоток її погашення

- 4) Визначення чистого залишку заборгованості підприємства шляхом коригування довгострокової, середньострокової та поточної кредиторської заборгованості на основі переоцінки вартості боргових фінансових пакетів
- 5) Визначення вартості бізнесу шляхом зменшення скоригованої вартості майна підприємства на скориговану суму його зобов'язань.

Даний метод переобтяжений такими ж недоліками, як і попередній, але отримані з його допомогою результати вважаються більш точними, хоча й потребують більших витрат часу та ресурсів.

- 1.3. **метод вартості заміщення** – вартість бізнесу визначається способом підрахування вартості створення ідентичного цілісного майнового комплексу у поточних цінах, який має аналогічну корисність для власників, але сформований відповідно до сучасних стандартів та вимог.

Даний метод можна вважати ще однією модифікацією описаних вище витратних методик. Але на відміну від методу регулювання балансу він передбачає визначення вартості заміщення об'єкта оцінки.

При цьому під вартістю заміщення слід розуміти мінімальну вартість аналогічного нового підприємства, ідентичного з оцінюваним за функціональними, експлуатаційними чи конструктивними параметрами, але створеного відповідно до сучасних цін та нових якісних вимог.

- 1.4. **метод ліквідаційної вартості** – вартість бізнесу дорівнює сумі коштів, яка може бути реально отримана при його ліквідації (продажу), або сумі ліквідаційних вартостей усіх видів майна підприємства. Визначається три види ліквідаційної вартості бізнесу: упорядкована, примусова і кінцева.

Даний метод використовується за умови ліквідації суб'єкта господарювання, або коли грошові потоки від його операційної діяльності несуттєві (чи взагалі набувають негативного значення); при фінансуванні підприємства-боржника; при фінансуванні проектів реструктуризації чи санації тощо. Він базується на визначенні суми коштів, які можуть бути отримані за умови ліквідації (продажу) підприємства (при роздільному продажу його активів) на конкретну дату. Вважається, що ліквідаційна вартість підприємства як цілісного майнового комплексу менша, ніж при роздільному розпродажу його активів.

Виокремлюють такі види ліквідаційної вартості підприємства (бізнесу):

- *упорядковану* – сума коштів, що може бути отримана при „розумному” розпродажу активів, тобто протягом не більше двох років зі спробою встановлення максимальної ціни
- *примусова* – формується за умови максимально швидкого проведення комерційних угод щодо купівлі-продажу активів підприємства. Незалежно від того чи вигідно це у поточному періоді
- *кінцева* – сума витрат власника (інвестора) на знищення, ліквідацію активів підприємства на місці. Як правило, вона має негативне значення, оскільки оцінює додаткові витрати на фізичне знищення об'єкта

Алгоритм розрахунку:

- 1) розробка календарного графіка ліквідації кожного виду активів підприємства з метою максимізації прибутків (при вирахуванні всіх зобов'язань підприємства).
- 2) Визначення поточної вартості активів, враховуючи витрати на їх ліквідацію. Розрахунок проводиться одночасно з перевіркою балансових показників шляхом інвентаризації майна на дату оцінки
- 3) Коригування поточної вартості активів, враховуючи обов'язкові платежі та державні збори (податки). Отримана таким чином вартість активів дисконтується на відповідну дату оцінки

- 4) Визначення вартості зобов'язань (боргів) підприємства та її приведення на дату оцінки за допомогою дисконтних множників
- 5) Вирахування з поточної вартості активів підприємства суми витрат на ліквідацію об'єкта та приведеної вартості його боргів, а потім формування ліквідаційної вартості.

1.5. **метод чистих активів** – вартість бізнесу визначається шляхом вирахування зі скоригованої вартості активів підприємства скоригованої вартості його пасивів. Коригування полягає у ціновому приведенні чи нормалізації бухгалтерської звітності.

Розрахунок вартості бізнесу методом чистих активів включає кілька етапів

- 1) оцінка нерухомості підприємства за обґрунтованою ринковою вартістю
- 2) визначення обґрунтованої ринкової вартості машин та обладнання
- 3) ідентифікація та оцінка ринкової вартості нематеріальних активів
- 4) визначення ринкової вартості короткострокових і довгострокових вкладень передбачає розрахунок поточної вартості облігацій, оцінку пакета простих і привілейованих акцій
- 5) визначення поточної вартості товарно-матеріальних запасів, ураховуючи прийняту практику обліку
- 6) ринкова оцінка дебіторської заборгованості залежно від імовірності її погашення, викремлюючи безнадійну, перспективну та гарантовану
- 7) оцінка витрат і доходів майбутніх періодів за умови існування реальної можливості отримання кінцевого позитивного фінансового результату
- 8) приведення зобов'язань підприємства до поточної вартості
- 9) визначення вартості власного капіталу (як вартісної оцінки бізнесу) шляхом вирахування з обґрунтованої ринкової вартості активів поточної вартості усіх зобов'язань

Даний метод застосовується, коли очікується, що фірма володіє значними матеріальними активами, а також буде функціонувати у найближчому майбутньому. У процесі оцінки аналізуються такі бухгалтерські, фінансові та статистичні форми звітності підприємства: баланс (форма №1), звіт про фінансові результати (форма №2), звіт про рух грошових коштів (форма №3), звіт про власний капітал (форма №4). У разі необхідності використовуються дані первинного обліку. Попередньо проводиться інфляційне коригування показників фінансової звітності, яке найпростіше зробити, переоцінивши звітні показники відповідно до твердої валюти.

1.6. **метод накопичення активів** – вартість бізнесу дорівнює різниці між ринковою вартістю усіх активів підприємства та ринковою вартістю усіх його пасивів (зобов'язань) у по-елементному розрізі.

У даному випадку проводиться згадана вище процедура нормалізації бухгалтерської звітності, яка має певну специфіку – коригування вноситься до статей останнього дня перед датою оцінки балансу. Після коригування показників бухгалтерської звітності слід провести загальний аналіз фінансово-економічного стану підприємства, що дає змогу внести додаткові поправки у розрахункову величину вартості бізнесу. Проводять загальний опис підприємства, економічний огляд сфери бізнесу (галузі промисловості), аналіз локальних характеристик бізнесу. Особлива увага приділяється вивченню системи взаємозалежних показників, що дають змогу створити комплексну картину минулого та поточного розвитку підприємства. На закінчення проводиться дослідження найістотніших факторів впливу на вартість бізнесу залежно від рівня можливості управління ними, описуються активи (майно) підприємства, що передбачає створення переліку всіх видів майна і наявних майнових та суміжних прав щодо їх використання. Потім визначають вартість бізнесу та формують звіти про оцінку.

2. Методи результатного підходу до оцінки вартості бізнесу.

2.1. **метод прямої капіталізації доходів** – вартість бізнесу дорівнює теперішній вартості майбутніх грошових потоків від його використання, що можуть бути капіталізовані учасниками (власниками)

Даний метод використовується у процесі експрес-діагностики ринкової вартості бізнесу та передбачає виявлення джерел і розмірів чистого доходу, визначення ставки капіталізації.

Використання коефіцієнтів капіталізації дещо обмежене внаслідок значних коливань рівня прибутковості різних сфер бізнесу, а також сучасних ринків, коли рентабельність діяльності підприємств всередині окремої сфери коливається сильніше, ніж між підприємствами різних галузей.

2.2. метод дисконтування грошового потоку – вартість бізнесу дорівнює теперішній вартості грошових потоків, генерованих кожним його компонентом, з урахуванням відмінностей у рівнях дисконтів.

Дає змогу оцінити вартість бізнесу з огляду на перспективи його розвитку. Він базується на постулаті, що потенційний інвестор платить не за набір засобів праці, команду працівників, сукупність прав на інтелектуальну власність і т.п., а за кінцевий потік коштів (капіталу). Такий метод оцінки не використовується за умови систематичної збитковості діяльності підприємства, а також під час оцінювання нових видів бізнесу (підприємства).

2.3. метод оцінки вартості бізнесу на базі опціонів – це модифікація стандартного методу дисконтування грошових потоків, але з урахуванням можливості зміни стратегічних орієнтирів та ухвалення нових управлінських рішень у міру надходження додаткової інформації.

Особливо корисною така технологія оцінки є у випадку, коли необхідно визначити вартість стратегічної та оперативної гнучкості виробничо-комерційної системи. Слід пам'ятати, що опціони можуть бути включені до балансу підприємства як у вигляді активів, так і у вигляді пасивів. Опціони на стороні активів забезпечують гнучкість та створюють додаткову вартість бізнесу тільки за умови перевищення їхніх економічних результатів над витратами щодо укладення та виконання. Опціони на стороні пасивів справляють істотний вплив на показник середньозважених витрат на капітал. З метою систематизації опціонів на стороні активів пропонують таку класифікацію:

- опціони на припинення діяльності
- опціони на відстрочку розвитку
- опціони на розширення
- опціони на скорочення
- опціони на зміну діяльності (диверсифікацію)

2.4. метод економічного прибутку – вартість бізнесу визначається шляхом множення суми інвестованого капіталу на ставку економічної рентабельності. Яка дорівнює різниці між рентабельністю інвестованого капіталу і середньозваженими витратами на його залучення та використання.

Перевага методу економічного прибутку над методом дисконтування грошового потоку у тому, що сам показник економічного прибутку дає змогу оцінити результати діяльності фірми в окремо взятому році, у той час як чистий грошовий потік не дає такої можливості.

2.5. метод додаткових доходів – вартість бізнесу визначається шляхом урегулювання балансу підприємства та оцінки можливостей отримання доходів від його використання

Це модифікація методу дисконтування грошових потоків. Він визначає вартість бізнесу на основі порівняння середньої дохідності (прибутковості) в окремій галузі та дохідності участі капіталу у конкретному бізнес-проекті. Розрахункова вартість бізнесу дорівнює сумі ринкової приведенної вартості середньорічного капіталу та приведенної вартості капіталізованого за певний період надлишкового доходу від діяльності підприємства.

3. Методи порівняльного підходу до оцінки вартості бізнесу.

3.1. метод мультиплікаторів – вартість бізнесу оцінюється на основі визначених коефіцієнтів, що відтворюють суттєві характеристики аналогічних об'єктів, представлених на ринку.

Найбільш поширені мультиплікатори:

1) цінові (вартісні)

1.1. інтервальні: ціна / прибуток, ціна/грошовий потік, ціна/виручка від реалізації (операційної діяльності), ціна/дивіденди

1.2. одномоментні: ціна/балансова вартість, ціна/чиста вартість активів

2) фінансові мультиплікатори: прибуток/інвестований капітал, прибуток/виручка від реалізації, власний капітал/позиковий капітал.

3.2. **метод галузевих співвідношень** – вартість бізнесу визначається на основі цінових показників та інших якісних (чи фінансових) співвідношень, характерних для даної сфери господарювання.

Не отримав достатнього розповсюдження у вітчизняній оціночній практиці через відсутність мінімально необхідного масиву статистичної інформації або її закритий характер.

Можна рекомендувати досвід зарубіжних оцінювачів:

- бухгалтерські фірми та рекламні агентства продаються відповідно за 0,5 та 0,7 річної валової виручки
- салони краси – за 0,25 – 0,7 суми річної валової виручки, вартості обладнання та запасів
- ресторани і туристичні агентства – відповідно за 0,25 -0,5 та 0,04-0,1 річної валової виручки
- автозаправочні станції – за 1,2 -2,0 місячної валової виручки
- підприємства роздрібної торгівлі – за 0,75 -1,5 суми чистого прибутку , обладнання та запасів
- машинобудівні підприємства – 1,5-2,5 суми чистого прибутку та виробничих запасів тощо.

3.3. **метод аналогового продажу чи ринку капіталу** – вартість бізнесу встановлюється на рівні ціни купівлі-продажу контрольних пакетів акцій компанії чи аналогічних цілісних майнових комплексів.