

**Коваль І.Ф.**

*аспірант,*

*ДННУ «Академія фінансового управління»*

## **ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ**

Законодавство з питань оцінки переконує, що оцінювання бізнесу в умовах України – це зовсім не така проста справа, як це може здаватися на перший погляд. Бізнес – (від англ. business – справа, підприємство) – ініціативна економічна діяльність, яка реалізується за рахунок власних або позикових коштів на власний ризик та під свою відповідальність, головна ціль якого отримання прибутку та розвиток власної справи. Але ж в умовах централізованої економіки традиційно оцінювалась господарська діяльність а не діючий об'єкт на продаж, і якщо надавали вартісну оцінку, то лише результатам діяльності.

Закон «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» встановлює, що майном, яке може оцінюватися, вважаються:

- об'єкти в матеріальній формі, будівлі та споруди (включаючи їх невід'ємні частини), машини, обладнання, транспортні засоби тощо;
  - паї, цінні папери;
  - нематеріальні активи, в т. ч. об'єкти права інтелектуальної власності;
  - цілісні майнові комплекси всіх форм власності.
- Якщо брати трактування Національного стандарту № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав», то він вже інакше виділяє об'єкти оцінки:
- об'єкти оцінки у матеріальній формі – нерухоме майно (нерухомість) та рухоме майно; нерухоме майно (нерухомість) – земельна ділянка без поліпшень;
  - або земельна ділянка з поліпшеннями, які з нею нерозривно пов'язані, будівлі, споруди, їх частини, а також інше майно, що згідно із законодавством належить до нерухомого майна; рухоме майно – матеріальні об'єкти, які можуть бути переміщеними без заподіяння їм шкоди. До рухомого майна належить майно у матеріальній формі, яке не є нерухомістю;

– об’єкти оцінки у нематеріальній формі – об’єкти оцінки, які не існують у матеріальній формі, але дають змогу отримувати певну економічну вигоду. До об’єктів у нематеріальній формі належать фінансові інтереси (частки (паї, акції), опціони, інші цінні папери та їх похідні, векселі, дебіторська і кредиторська заборгованість тощо), а також інші майнові права;

– об’єкти оцінки у формі цілісного майнового комплексу (ЦМК) – об’єкти, сукупність активів яких дає змогу провадити певну господарську діяльність. Цілісними майновими комплексами є підприємства, а також їх структурні підрозділи (цехи, виробництва, дільниці тощо), які можуть бути виділені в установленому порядку в самостійні об’єкти з подальшим складанням відповідного балансу і можуть бути зареєстровані як самостійні суб’єкти господарської діяльності;

– бізнес – певна господарська діяльність, яка провадиться або планується для провадження з використанням активів цілісного майнового комплексу».

Таким чином, серед об’єктів оцінки Стандарт № 1 бізнесу теж не передбачає навіть у складі об’єктів оцінки у нематеріальній формі, хоча й вказує, що бізнес – це не цілісний майновий комплекс і не підприємство, а діяльність.

Особливе місце серед об’єктів оцінки займає бізнес (підприємство), в процесі визначення вартості якого об’єктом оцінки виступає діяльність, що здійснюється на основі функціонування майнового комплексу підприємства та має на меті отримання прибутку.

ЦМК (підприємство, а також його структурні підрозділи) – це об’єкти оцінки, сукупність активів яких дає змогу провадити певну господарську діяльність, тобто бізнес. Цілісний майновий комплекс за таким визначенням є формою об’єкта оцінки, відмінною від матеріальної або нематеріальної – тобто є їх сукупністю. І ця форма враховує лише те, що зафіксовано в балансі як актив. Але ж не всі нематеріальні об’єкти визнаються бухгалтерським обліком як актив, хоча ніхто не гарантує, що нематеріальний об’єкт, не визнаний активом, не буде впливати на ціну.

Перша й найважливіша особливість бізнесу, яка потребує окремого врахування у тому, що оцінюється вартість у використанні – термін, який застосовується міжнародними стандартами оцінки та міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ 36.27). Якщо бізнес не діє, то

це вже не бізнес, і оцінюватись будуть майнові права або майновий комплекс.

В Україні ще не скінчився період приватизації великих майнових комплексів, тому вітчизняний бізнес (підприємництво) знайшов широке розповсюдження лише у сфері малого бізнесу. Надавати оцінку бізнесу (як діяльності) неможливо, для цього його потрібно розуміти як діючий цілісний комплекс, що може вміщувати підприємства, фірми, майнові комплекси, майнові права у купі із зовнішніми зв'язками, гудвілом та іншими нематеріальними об'єктами. Виходячи з вказаних причин, на цей час загальні питання оцінки бізнесу ще потрібно узгоджувати з міжнародними стандартами, які рекомендують визначати оцінку бізнесу і надання результатів для фінансової звітності за такими даними:

- характер отриманих вказівок і мети оцінки;
- база оцінки, включаючи тип оцінюваної вартості;
- строк володіння активами й оцінюваними правами;
- класифікація активів і прав;
- дата оцінки;
- найменування активів, їх місцезнаходження, дата й рівень їх обстеження за певними методами оцінки;
- умови оцінки, встановлені нормативними актами;
- всі особливі допущення й (або) обмежуючі умови;
- інші обставини, що мають відношення до проведення оцінки.

Оцінка спеціалізованих об'єктів майна, таких як готелі, бензозаправні станції, ресторани й т.п., може проводитися по ринковій вартості з врахуванням того, що в неї включаються не тільки земельні ділянки й будови, але й інші активи. Такі об'єкти за національним законодавством можуть класифікуватися як «майно з торговельним потенціалом», і звичайно продаються на ринку як єдиний діючий комплекс, для якого встановлення окремо вартості землі, будов і інших об'єктів є скрутним або неможливим.

Оскільки оцінка бізнесу може виконуватись лише як оцінка вартості у використанні, окрема оцінка будинків, споруд, машин та обладнання, та може мати місце лише як акт продажу залишкового майна, яке не впливає на загальну вартість діючого бізнесу. Тому відмінною рисою бізнесу, як об'єкта оцінки, є необхідність цілісної оцінки у взаємодії усіх елементів та наявних зовнішніх зв'язків.

Також особливістю оцінки бізнесу у тому, що покупець може бути зацікавлений лише у зовнішніх зв'язках, і майновий комплекс йому не потрібен. Звідси витікає необхідність виділення майнового комплексу в окремий об'єкт продажу іншому покупцю. Крім того, під час оцінки бізнесу часто виникають ситуації, в яких покупець зацікавлений у підвищенні власного іміджу, гудвілу за рахунок приєднаного бізнесу. З окремим підприємством таке трапляється лише тоді, коли воно повністю репрезентує весь бізнес.

З метою проведення оцінки цілісного майнового комплексу Стандарт № 3 передбачає необхідність здійснення таких заходів, як:

- аналіз організаційно-правової форми підприємства, ЦМК якого оцінюється;
- ознайомлення та аналіз ринку продукції (товарів, робіт, послуг) цілісного майнового комплексу в обсязі, достатньому для формування уявлення про обсяг та сегментацію такого ринку, поточної частки ринку продукції (товарів, робіт, послуг) ЦМК;
- ознайомлення та аналіз ринку сировини і основних матеріалів, що використовуються у діяльності підприємства, ЦМК якого оцінюється у разі, коли припущення щодо перспектив розвитку ринку сировини і основних матеріалів є складовою прогнозу діяльності такого майнового комплексу;
- аналіз правових засад провадження господарської діяльності підприємства, ЦМК якого оцінюється, зокрема ліцензування, квотування, застосування механізмів ціноутворення на ринку відповідної продукції;
- аналіз його фінансово-господарської діяльності, майнового та фінансового стану на дату оцінки та за період, що передує цій даті;
- підготовка обґрунтованого прогнозу діяльності підприємства, цілісний майновий комплекс якого оцінюється, за основними показниками виробництва та реалізації продукції, фінансового і майнового стану та прогнозу потреби такого підприємства в інвестиціях з визначенням джерел фінансування.

У професійній практиці прийнято розбивати всі відомі методи оцінки вартості підприємств на три групи – три підходи: 1) витратний (майновий); 2) прибутковий; 3) ринковий (порівняльний).

### **Список використаних джерел:**

1. Бусов В.И. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): учебник для бакалавров / В.И. Бусов, О.А. Землянский, А.П. Поляков; под общей ред. В.И. Бусова. – М.: Изд. Юрайт, 2012. – 430 с.
2. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия: учеб. Пособие для вузов / С.В. Валдайцев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
3. Оценка бизнеса / под ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2009.

**Николишин С.Є.**

*студентка,*

*Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка*

## **ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Основним фактором конкурентоспроможності підприємства на ринку є розробка та реалізація дієвої стратегії управління прибутком підприємства на основі загальної стратегічної орієнтації підприємства. Адже більшість вітчизняних підприємств не реалізує або неефективно реалізує принципи стратегічного управління, в результаті чого втрачає свої переваги на ринку або і взагалі стає збитковим і банкрутує.

Питання стратегічного управління прибутком, його формування та використання знайшли відображення у наукових працях вчених України та зарубіжжя, зокрема: С.М. Баранцевої, І.О. Бланка, Н.Б. Бідник, Ю.Ф. Брігхема, А.М. Поддєрьогіна, В.В. Худої та інших.

Стратегічне управління прибутком є однією із основних складових системи стратегічного менеджменту підприємств, яка визначає якість системи корпоративного управління. Стратегічне управління прибутком підприємства необхідно розглядати, як комплексний процес, який передбачає реалізацію ряду послідовних етапів організації, планування, аналізу та контролю прибутку для забезпечення успішної реалізації основної мети суб'єкта господарювання, стійкого підвищення