

**СКРИНЬКОВСЬКИЙ РУСЛАН МИКОЛАЙОВИЧ**

*кандидат економічних наук*

*доцент кафедри економіки підприємств та інформаційних технологій*

*Львівський університет бізнесу та права*

*м. Львів, Україна*

**КРАМАР МАРІАН ОЛЕГОВИЧ**

*здобувач вищої освіти освітнього ступеня бакалавр*

*Львівський національний університет ім. Івана Франка*

*м. Львів, Україна*

**ОЦІНКА ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ: СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ**

Сучасна теорія та практика ведення бізнесу в Україні доводить, що від результатів оцінки вартості компанії залежать не тільки інтереси його власників, але і подальший її розвиток.

Так, під оцінкою бізнесу слід розуміти процес встановлення вартості компанії (підприємства) як певного майнового комплексу, який здатний забезпечити отримання прибутку власникам. Даний вид оцінки передбачає визначення вартості усіх активів підприємства, в тому числі вартості нерухомого майна, вартості машин й устаткування, вартості складських запасів, вартості фінансових вкладень чи вартості нематеріальних активів. Поряд з тим з'ясовано, що оцінка бізнесу також передбачає оцінювання рівня ефективності функціонування компанії, її минулих, дійсних й майбутніх доходів, а також визначення конкурентних переваг і перспектив подальшого розвитку [1].

У контексті цього постає питання: для чого все ж таки потрібна оцінка вартості бізнесу ?

На аналізу літературного джерела [1] з'ясовано, що оцінка вартості бізнесу проводиться з метою: продажу підприємства (бізнесу); продажу

частини бізнесу; реорганізації чи ліквідації підприємства; купівлі чи продажу акцій підприємства на ринку цінних паперів; купівлі чи продажу частки у статутному капіталі підприємства; передачі підприємства у оренду; розроблення та реалізації інвестиційного проекту щодо розвитку підприємства; одержання кредиту під заставу майна підприємства (іпотеки); страхування майна підприємства; переоцінювання основних фондів; визначення податкової бази, необхідної для обчислення податку на майно підприємства [1] (за інформацією Експертно-оціночної фірми “Counterpart”).

Водночас експерти Українського агентства фінансового розвитку І. Телятніков та В. Олейніков [2] наголошують на тому, що вартість бізнесу можна визначити за допомогою таких трьох підходів, як витратний підхід, дохідний підхід та порівняльний підхід. Тут варто зауважити, що подані підходи до оцінки вартості бізнесу передбачають використання методу дисконтування, суть якого полягає у приведення майбутньої вартості бізнесу до теперішнього моменту часу із використанням відповідної дисконтної ставки [2].

Щодо змісту цих підходів, то відповідно до інформації на сайті компанії “BGT consulting” [3] можна стверджувати, що за витратним підходом вартість бізнесу визначається сумою ринкової вартості активів, що задіяні у бізнесі. Згідно дохідного (прибуткового) підходу вартість бізнесу визначається обсягом (величиною) потоків та вигод, що одержуються підприємством. Натомість, порівняльний підхід передбачає проведення оцінки вартості бізнесу у відповідності до ринкової вартості бізнесу аналогічних компаній – об’єктів порівняння [3].

Поряд з тим, І. Телятніков та В. Олейніков [2] дотримуються думки, що: 1) витратний підхід передбачає використання методу чистих активів; 2) ключовими методами оцінки дохідного підходу є: моделі постійного росту FCFE та FCFF, модель Гордона GGM, модель економічної доданої вартості Б. Стюарта (EVA), двофазні моделі дисконтування дивідендів,

модель грошового потоку – рентабельності інвестованого капіталу (CFROI чи CVA) та модель ринкової доданої вартості (MVA); 3) до числа методів порівняльного підходу відносять лінійно-регресійний аналіз, кластерний аналіз, метод мультиплікаторів та нейронні мережі [2].

Крім цього, виходячи із досвіду керівників ТзОВ “Компанія “Про-Консалтинг” [4], що спеціалізується на наданні послуг із оцінки вартості бізнесу, доцільно також відмітити, що проведення оцінки вартості підприємства (бізнесу) включає [4]:

1) аналіз інформації про підприємство (зокрема про історію розвитку, вид діяльності, цілі та завдання, структуру акціонерного капіталу, кадровий потенціал, систему управління, взаємовідносини із клієнтами, конкурентні переваги, фінансовий стан, сильні і слабкі сторони діяльності, можливості та загрози функціонування);

2) аналіз цільового ринку (включає аналіз особливостей та тенденцій розвитку, дослідження конкурентного середовища, прогнози розвитку); 3) аналіз стратегії підприємства з урахуванням необхідних ресурсів та їх характеристикою;

4) оцінювання вартості бізнесу (із використанням витратного, дохідного (прибуткового) та ринкового (порівняльного) підходів);

5) формування висновків стосовно вартості компанії за результатами проведеної оцінки.

Таким чином, об’єктивна оцінка вартості бізнесу дозволить [4]: 1) встановити реальну вартість підприємства при прийнятті рішення, зокрема при його продажі або реструктуризації; 2) оцінити рівень привабливості інвестування в поточний бізнес з позиції потенційного інвестора; 3) побудувати власнику ефективну та результативну систему управління підприємством.

### **Література:**

1. Оцінка бізнесу / Експертно-оціночна фірма “Counterpart” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.counterpart.org.ua/ots-nka-b-znesu.html>.
2. Телятніков І. Експрес-оцінка вартості бізнесу / І. Телятніков, В. Олейніков // Інформаційно-аналітичний портал Українського агентства фінансового розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.u-fin.com.ua/analit\\_mat/sdu/054.htm](http://www.u-fin.com.ua/analit_mat/sdu/054.htm) .
3. Оцінка бізнесу, оцінка вартості бізнесу, оцінка бізнесу підприємства, методи оцінки бізнесу, оцінка вартості бізнесу підприємства / Офіційний сайт компанії “BGT consulting” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ocenkabgt.com.ua/ua/otsinka-biznesu.html> .
4. Оцінка бізнесу / Офіційний сайт ТЗОВ “Компанія “Про-Консалтинг” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pro-consulting.ua/ua/services/122-ocenka-biznesa.html> .