

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА**

А. В. Ковалевська, В. Г. Федорова

**КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ
З ДИСЦИПЛІНИ**

ПОТЕНЦІАЛ І РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

*(для студентів 4-го курсу заочної форми навчання
галузі знань 0305 – «Економіка і підприємництво»,
напрямку підготовки 6.030504 – «Економіка підприємства»)*

**Харків
ХНАМГ
2011**

Ковалевська А. В. Конспект лекцій з дисципліни «Потенціал і розвиток підприємства» (для студентів 4-го курсу заочної форми навчання галузі знань 0305 – «Економіка і підприємництво», напряму підготовки 6.030504 – «Економіка підприємства») / А. В. Ковалевська, В. Г. Федорова; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2011. – 131 с.

Автори: доц., к.е.н. А. В. Ковалевська, В. Г. Федорова

Рецензент: д.е.н., проф. А. Є. Ачкасов

Рекомендовано кафедрою економіки підприємства в міському господарстві факультету післядипломної освіти і заочного навчання, протокол № 1 від « 30 » серпня 2011 року.

ЗМІСТ

МОДУЛЬ 1.1. Потенціал сучасних підприємств.....	5
ТЕМА 1. Сутнісна характеристика потенціалу підприємства.....	5
1.1. Потенціал підприємства як економічна категорія.....	5
Питання для самоконтролю за темою 1.....	8
ТЕМА 2. Структура і графоаналітична модель потенціалу підприємства.....	8
2.1. Структура потенціалу підприємства.....	9
2.2. Графоаналітична модель потенціалу підприємства.....	13
Питання для самоконтролю за темою 2.....	18
МОДУЛЬ 1.2. Формування потенціалу підприємства.....	19
ТЕМА 3. Формування потенціалу підприємства.....	19
3.1. Потенціал підприємства як економічна система.....	19
3.2. Загальні засади формування потенціалу підприємства.....	21
3.3. Моделі формування потенціалу підприємства	23
3.4. Фактори і передумови динамічного розвитку потенціалу.....	24
Питання для самоконтролю за темою 3.....	25
ТЕМА 4. Особливості формування виробничого потенціалу підприємства...	26
4.1. Сутність та методологія визначення виробничого потенціалу підприємства.....	26
4.2. Техніко-організаційна модель формування виробничої потужності.....	31
Питання для самоконтролю за темою 4.....	34
МОДУЛЬ 1.3. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства та методичні підходи до його оцінки.....	35
ТЕМА 5. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства.....	35
5.1. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства та її рівні.....	35
5.2. Методи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства.....	37
5.3. Прикладні моделі оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства.....	45
Питання для самоконтролю за темою 5.....	56
ТЕМА 6. Теоретичні основи оцінювання потенціалу підприємства.....	57
6.1. Особливості потенціалу підприємства як об'єкта оцінки.....	57
6.2. Поняття вартості та її модифікації.....	59
6.3. Принципи оцінки вартості підприємства.....	62
Питання для самоконтролю за темою 6.....	64
ТЕМА 7. Методичні підходи до оцінювання потенціалу підприємства.....	65
7.1. Загальна характеристика методичних підходів до оцінки вартості потенціалу підприємства.....	65
7.2. Шість функцій грошової одиниці (складного процента).....	66
7.3. Класифікаційна характеристика інформації, яка приймає участь в оцінці потенціалу підприємства.....	70
Питання для самоконтролю за темою 7.....	71

МОДУЛЬ 1.4. Особливості поелементної оцінки ринкової вартості потенціалу підприємства.....	72
ТЕМА 8. Оцінка вартості земельної ділянки, будівель, споруд.....	72
8.1. Особливості нерухомого майна як об'єкта оцінки.....	72
8.2. Порядок організації грошової оцінки землі по Україні.....	74
8.3. Оцінка вартості землі.....	75
8.4. Оцінка вартості будівель і споруд.....	80
Питання для самоконтролю за темою 8.....	84
ТЕМА 9. Оцінювання ринкової вартості машин та обладнання.....	85
9.1. Необхідність і об'єкти оцінки технічного потенціалу підприємства.....	85
9.2. Класифікація об'єктів оцінки.....	86
9.3. Використання доходного підходу при оцінці машин і обладнання.....	87
9.4. Витратний підхід до оцінки машин і обладнання.....	87
9.5. Порівняльний підхід в оцінці машин і обладнання.....	89
Питання для самоконтролю за темою 9.....	90
ТЕМА 10. Нематеріальні активи та методи їх оцінювання.....	91
10.1. Сутність і класифікація нематеріальних активів підприємства.....	91
10.2. Доходний підхід до оцінки вартості нематеріальних активів.....	92
10.3. Застосування витратного підходу для оцінки деяких видів нематеріальних активів.....	94
10.4. Особливості оцінки вартості нематеріальних активів.....	97
Питання для самоконтролю за темою 10.....	98
ТЕМА 11. Трудовий потенціал підприємства та методики його оцінювання.....	99
11.1. Сутність кадрового потенціалу підприємства.....	99
11.2. Ефективність використання кадрового потенціалу.....	101
11.3. Особливості вартісної оцінки кадрового потенціалу.....	102
Питання для самоконтролю за темою 11.....	103
ТЕМА 12. Оцінювання вартості бізнесу.....	104
12.1. Необхідність та особливості оцінки вартості бізнесу.....	104
12.2. Доходний підхід оцінювання вартості бізнесу.....	105
12.3. Порівняльний (аналоговий) підхід оцінювання вартості бізнесу.....	107
12.4. Майнові методи оцінки вартості бізнесу.....	109
Питання для самоконтролю за темою 12.....	110
ТЕМА 13. Прикладні аспекти оцінювання потенціалу підприємства.....	111
13.1. Особливості оцінки потенціалу підприємства для моніторингу поточних можливостей.....	111
13.2. Спеціальні випадки застосування оцінки підприємства.....	112
Питання для самоконтролю за темою 13.....	114
ТЕМА 14. Розвиток підприємства: зміст, сучасні концепції та передумови...	115
14.1. Поняття „розвиток“.....	115
14.2. Типологія розвитку суб'єкта підприємництва.....	116
Питання для самоконтролю за темою 14.....	119
ТЕМА 15. Методичні підходи до визначення резервів розвитку підприємства та його потенціалу.....	120
15.1. Методичний інструментарій можливостей розвитку підприємства.....	120
Питання для самоконтролю за темою 15.....	128
Список джерел.....	129

МОДУЛЬ 1.1. ПОТЕНЦІАЛ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

ТЕМА 1. СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Питання лекції:

- Потенціал підприємства як економічна категорія

Ключові поняття:

Потенціал. Потенціал як економічна категорія. Економічний потенціал. Потенціал підприємства. Модель потенціалу підприємства. Напрями прояву потенціалу підприємства.

1.1. Потенціал підприємства як економічна категорія

В етимологічному значенні термін “*потенціал*” походить від латинського *potentia* й означає «потужність, сила».

Відповідно до визначення Великого економічного словника *потенціал як економічна категорія* становить наявні можливості, ресурси, запаси, засоби, що можуть бути використані для досягнення, здійснення будь-чого.

Самоукін Л. І. вважає, що *економічний потенціал* необхідно розглядати у взаємозв'язку з властивими кожній суспільно-економічній формації виробничими відносинами, що виникають між окремими працівниками, трудовими колективами, а також управлінським апаратом підприємства з приводу повного використання їхніх здібностей зі створення матеріальних благ і послуг. У даному визначенні, на наш погляд, підкреслена досить важлива риса економічного потенціалу. Однак, економічний потенціал однаковою мірою залежить від наявності і а достатності виробничих сил, для мобілізації яких і виникають виробничі відносини.

Найбільш поширене трактування сутності *потенціалу підприємства* як сукупності природних умов і ресурсів, можливостей, запасів і цінностей, що можуть бути використані для досягнення певних цілей, що близько до

визначення Великого економічного словника. Крім того, іноді потенціал підприємства визначають як можливості господарської системи виробляти продукцію (що близько до його трактування як виробничої потужності) або як можливості продуктивних сил забезпечувати певний ефект, не уточнюючи, водночас, чи відповідає цей ефект поставленим цілям.

Потенціал підприємства можна визначити як можливості систем і ресурсів і компетенції) підприємства створювати результат для зацікавлених осіб за допомогою реалізації бізнесів-процесів.

З огляду на зміст наведеного визначення, а також на те, що компетенції та ресурси, зумовлюючи внутрішні можливості підприємства, повинні забезпечити його конкурентні переваги в ринковому середовищі, що визначає можливості попиту, модель потенціалу підприємства може мати таке графічне зображення (рис. 1.1):

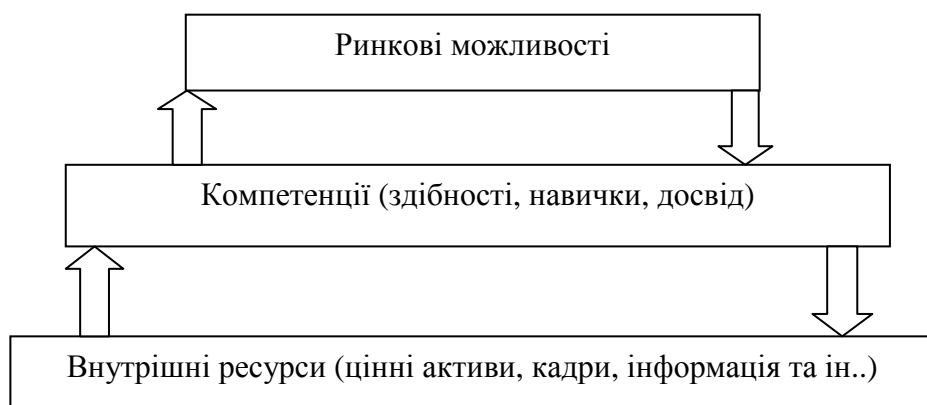


Рис. 1.1 - Модель потенціалу підприємства

Класифікація видових проявів потенціалу підприємства здійснюється за такими напрямками:

- 1) за об'єктами дослідження;
- 2) за ступенем реалізації;
- 3) за сферою реалізації;
- 4) за принципом ієрархії;
- 5) за функціями управління.

За об'єктами дослідження виділяють ресурсну та результатну концепції потенціалу підприємства. Ресурсна концепція розглядає потенціал як сукупність ресурсів підприємства, оцінка яких здійснюється за вартістю їхнього залучення.

У рамках результатної концепції потенціал підприємства може розглядатися як здатність господарської системи освоювати, переробляти ресурси для задоволення суспільних потреб і створення певного результату. Оцінка його величини в цьому випадку полягає у визначенні максимальної кількості благ, які підприємство здатне виробити за умов даної кількості, якості та структури ресурсів.

Наступним рівнем класифікації є поділ потенціалу підприємства за ступенем використання можливостей підприємства на фактичний (поточний, реалізований, досягнений у даний момент) і перспективний (стратегічний, орієнтований на досягнення довгострокових цілей). Така диференціація дозволяє оцінювати ступінь використання потенціалу підприємства через порівняння його перспективного рівня з фактичним значенням. Основним етапом оцінки стає визначення потенційних можливостей підприємства.

За сферою реалізації потенціал можна розглядати як ринковий (зовнішній) і внутрішній. Зовнішній характеризує можливості підприємства, орієнтовані на ринок, і визначається потенційним обсягом попиту, незадоволеним сформованою ним пропозицією. Підприємство має обмежений вплив на зовнішній (ринковий) потенціал через складність, динамічність, непередбачуваність зовнішнього середовища. Внутрішній потенціал представлений ресурсами та компетенціями, які дозволяють реалізувати ринкові шанси, що надаються.

Досліджуючи ієрархію потенціалів, підприємство можна розглядати як систему, що складається з більш дрібних підсистем - бізнес-одиниць, виділених за принципом значущості їхнього функціонування для бізнесу в цілому. У цьому випадку має місце класифікація проявів потенціалу за принципом ієрархії від потенціалу підприємства як системи глобального рівня до

потенціалів бізнес-одиниць як підсистем нижчого рівня, які визначають разом з тим ефективність реалізації сукупних можливостей за рахунок адитивного та синергічного ефекту.

Правомірно розглядати також потенціал підприємства за функціональними напрямками його формування та використання. У цьому випадку виділяють потенціал маркетинговий (здатність маркетингової системи підприємства забезпечити його постійну конкурентоспроможність); виробничий (здатність виробничої системи забезпечити випуск продукції в обсязі, що відповідає потенціалу попиту); фінансовий (здатність фінансової служби забезпечити основні ланки ланцюжка «збут - виробництво - закупівлі» фінансовими ресурсами за принципом найбільш ефективного їхнього розподілу): організаційний (здатність менеджменту створити ефективну систему взаємодії між усіма елементами потенціалу).

Питання для самоконтролю до теми 1:

1. Назвіть класифікацію видових проявів потенціалу підприємства.
2. Назвіть характерні риси потенціалу підприємства.

ТЕМА 2. Структура і графоаналітична модель потенціалу підприємства

Питання лекції:

- Структура потенціалу підприємства
- Графоаналітична модель потенціалу підприємства

Ключові поняття:

Структура потенціалу підприємства. Блочно - модульна структуризація. Ресурсна концепція потенціалу підприємства. Технічні ресурси. Технологічні ресурси. Кадрові ресурси. Просторові ресурси. Інформаційні ресурси. Ресурси організаційної структури системи управління. Фінансові ресурси. Об'єктивні складові потенціалу. Суб'єктивні складові потенціалу підприємства.

2.1. Структура потенціалу підприємства

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

Структура виражає не усю сукупність зв'язків об'єкту, а його найбільш суттєві зв'язки.

У економічній літературі є присутніми різні підходи до визначення структури потенціалу підприємства. Більшість дослідників розглядають ресурсну структуру потенціалу, в ній різної кількості складових. У одному випадку до його складу рекомендується включати засоби праці, в іншому - засоби праці і робочу силу, в третьому - засоби праці, робочу силу і природні ресурси, які використовуються в процесі виробництва, в четвертому - засоби праці, робочу силу і предмети праці.

Існує кілька можливих підходів до структуризації потенціалу підприємства:

1. Блочно-модульна структуризація.
2. Функціональна структуризація.

Блочно-модульна структуризація потенціалу підприємства заснована на взаємодії трьох складових, які охоплюють всі стратегічні компоненти підприємства, що дозволяють досягти поставлені цілі, та найбільш повно характеризують внутрішній стан підприємства - ресурсів, системи управління та діяльності персоналу.

Відповідно до ресурсної концепції, потенціал підприємства розглядається як система ресурсів, що вступають у взаємодію й обумовлюють досягнуті результати. Блок ресурсів, незважаючи на нібито однозначність їхнього трактування, в економічній літературі представляється різним набором модулів.

Найбільше поширення одержала концепція виділення в сукупності ресурсів наступних елементів:

- технічні ресурси (виробничі потужності та їхні особливості, обладнання, матеріали і та ін.);
- технологічні ресурси (технології, наявність конкурентоспроможних ідей, наукові розробки та ін.);
- кадрові ресурси (кваліфікаційний, демографічний склад працівників, їхнє прагнення до знань і удосконалювання, інтелектуальний капітал);

• просторові ресурси (характер виробничих приміщень і території підприємства, розташування об'єктів нерухомості, комунікацій, можливість розширення):

- інформаційні ресурси (кількість і якість інформації про внутрішнє та зовнішнє середовище, каналів її поширення, можливості розширення та підвищення вірогідності інформаційної бази і т. ін.);

- ресурси організаційної структури системи управління (характер і гнучкість керуючої системи, швидкість проходження керуючих впливів і ін.);

- фінансові ресурси (наявність і достатність власного та позикового капіталу, стан активів, ліквідність, наявність кредитних ліній і т. ін.).

До *об'єктних складових* потенціалу підприємства відносяться:

- виробничий потенціал;

- інноваційний потенціал (характеризує можливості підприємства в сфері розробки та впровадження інновацій);

- фінансовий потенціал;

- потенціал відтворення (характеризує можливості діючої системи формування та відновлення основних фондів забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності продукції підприємства);

- інформаційний потенціал характеризує можливості створеної інформаційної бази гарантувати своєчасне та повне насичення підприємства достовірною вхідною, вихідною, нормативно-довідковою, оперативною інформацією для прийняття рішень у процесі господарської діяльності підприємства та досягнення цілей його розвитку);

- інфраструктурний потенціал (характеризує привабливість місця розташування підприємства з погляду розвитку ринкової інфраструктури, транспортних комунікацій та інших факторів).

До *суб'єктних складових* потенціалу підприємства відносять:

- науково-технічний потенціал (характеризує здатність працівників підприємства здійснювати наукові дослідження та розробки, спрямовані на

удосконалення виробничих і технологічних процесів, диференціацію видів продукції);

- маркетинговий потенціал;
- потенціал організаційної структури управління (характеризує можливості сформованої організаційної структури управління забезпечувати високий рівень ефективності функціонування підприємства в умовах мінливості зовнішнього середовища);
- кадровий потенціал (сукупність здібностей і можливостей кадрів забезпечувати ефективне функціонування організації);
- управлінський потенціал (сукупність здібностей і можливостей системи управління забезпечувати досягнення стратегічних цілей діяльності).

Методика вартісної оцінки розміру складових елементів потенціалу підприємства при його формуванні

1. **Фондовий потенціал (ФП)** визначається за формулою:

$$\Phi\Pi = \frac{\Phi}{E_H},$$

де Φ — середньорічна вартість основних виробничих фондів;

E_H — нормативний коефіцієнт ефективності капітальних вкладень.

2. **Потенціал оборотних фондів (ОП) :**

$$ОП = \frac{M}{K_M},$$

де M — річний обсяг матеріалів;

K_M — 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) :**

$$НП = \sum_{i=1}^n (H_e \times E_H),$$

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

4. При розрахунку потенціалу технологічного персоналу спочатку проводиться оцінка живої праці (тобто одного середньоспискового працівника) встановленням його фондового аналога у вартісному обчисленні за формулою:

$$A = P_{\pi} \frac{\Phi_o}{P_{\pi}},$$

де A — оцінка одиниці живої праці;

P_{π} — продуктивність праці одного працівника;

$\Delta\Phi_o$ — збільшення фондоозброєності праці одного працівника базовому періоді;

ΔP_{π} — збільшення продуктивності праці одного працівника базовому періоді.

Величина **потенціалу технологічного персоналу (ПТП)** визначатися за формулою:

$$ПТП = A \frac{Ч}{H_T},$$

де $Ч$ — середньорічна чисельність ПВП;

H_T — коефіцієнт реалізації потенціалу технологічного персоналу, що приймається на рівні нормативу ефективності капітальних вкладень.

5. **Розмір виробничого потенціалу (ВП)** вираховується як торба його складових частин:

$$ВП = \Phi\Pi + О\Pi + Н\Pi + ПТП.$$

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:

$$ПП = ВП + ІП + \Phi\Pi + УП + МП + НТП + ПОСУ + Пінф + Пінфр.$$

2.2. Графоаналітична модель потенціалу підприємства

Цей метод був запропонований в 1998 р. І. Ріпиною і був названий «Квадрат потенціалу».

Цей метод дає можливість системно встановити кількісні якісні зв'язки між окремими елементами потенціалу, рівень його розвитку і конкурентоспроможності на підставі цього обґрунтувати, і своєчасно реалізувати управлінські рішення відносно підвищення ефективності функціонування підприємства. Метод має декілька теоретичних аспектів, які необхідно враховувати при обґрунтуванні управлінських рішень.

У найбільш загальному вигляді графічна модель потенціалу, призначена для проведення діагностики можливостей підприємства, має форму сфери. Така форма репрезентує усі напрями діяльності підприємства і тим самим розкриває діалектику самого потенціалу. Проте, на практиці складно користуватися сферичною формою для оцінки потенціалу підприємства. Саме тому пропонується з метою аналізу спростити графічну модель до іншої форми фігури залежно від відбору кількості напрямів діагностики потенційних можливостей підприємства (рис. 2.2)

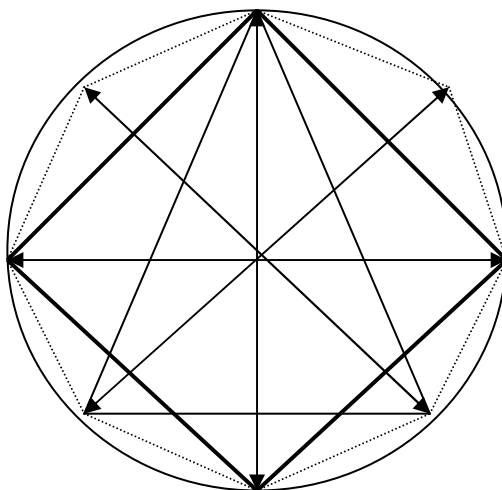


Рис. 2.2 – Графоаналітична модель потенціалу підприємства

Частіше усього діагностові потенціалу підприємства проводять методом порівняльної комплексної рейтингової оцінки за допомогою системи показників по функціональних блоках:

1. Виробництво, розподіл, збут продукції.
2. Організаційна структура і менеджмент.
3. Маркетинг.
4. Фінанси.

У першому блоці – «Виробництво, розподіл, збут продукції» - необхідно проаналізувати:

- структуру і темпи виробництва;
- фонди виробництва;
- парк і рівень його використання;
- місцезнаходження виробництва і наявність інфраструктури;
- екологію виробництва;
- стан продажів.

У другому блоці – «Організаційна структура і менеджмент»- розглядаються:

- організація і система управління;
- кількісний і якісний склад працівників;
- рівень менеджменту;
- фірмова культура.

Наступний, третій блок - «Маркетинг» - дослідження:

- ринку, товару і каналу збуту;
- нововведень;
- комунікаційних зв'язків, інформації і реклами;
- маркетингових планів і програм.

І останній, четвертий блок - «Фінанси» - вимагає аналізу:

Фінансового стану підприємства за допомогою коефіцієнтів рентабельності, ділової активності, ринкової стійкості, оборотності, ліквідності.

Перелік показників повинен задовольняти такі вимоги:

- якнайповніше охоплювати усі сторони виробничо-господарської і фінансової діяльності;
- досить проста процедура збору;
- відсутність показників, що дублюються.

У основу розрахунку кінцевої рейтингової оцінки лягає порівняння підприємств по кожному показнику чотирьох названих блоків умовним еталоном підприємства або реальним підприємством, яке має найкращі результати роботи на ринку. Таким чином, базою для рейтингової оцінки стану і рівня використання потенціалу підприємства є не суб'єктивні думки експертів, які властиві більшості методик, а найкращі результати, досягнуті в реальній конкурентній боротьбі.

Такий підхід відповідає практиці ринкової конкуренції, де кожен самостійний товаровиробник прагнути усіма показниками діяльності бути краще, ніж конкуренти.

Алгоритм графоаналітичного методу оцінки потенціалу підприємства «Квадрат потенціалу»

1. Дані представляються у вигляді матриці (\square), тобто таблиці, в якій в рядках записані номери показників ($i=1, 2, 3, \dots, n$), а в стовпчиках - назви підприємств, потенціал яких аналізується ($j=1, 2, 3, \dots, m$).

Назва підприємства	1	2	...	n
Показники				
1				
2				
...				
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 (\square), отриманих в процесі ранжирування по формулі :

$$P_j = \sum_{i=1}^n a_{ij} \times k_{ч} ,$$

де $k_{ч}$ - коефіцієнт чутливості

4. Трансформуємо отриману в ході ранжирування суму місць () в довжину вектору, який створює квадрат потенціалу підприємства. Квадрат потенціалу підприємства має чотири зони відповідно виділених чотирьох зон (k), які розглянуті в системі показників, і чотири вектори (В), які його створюють.

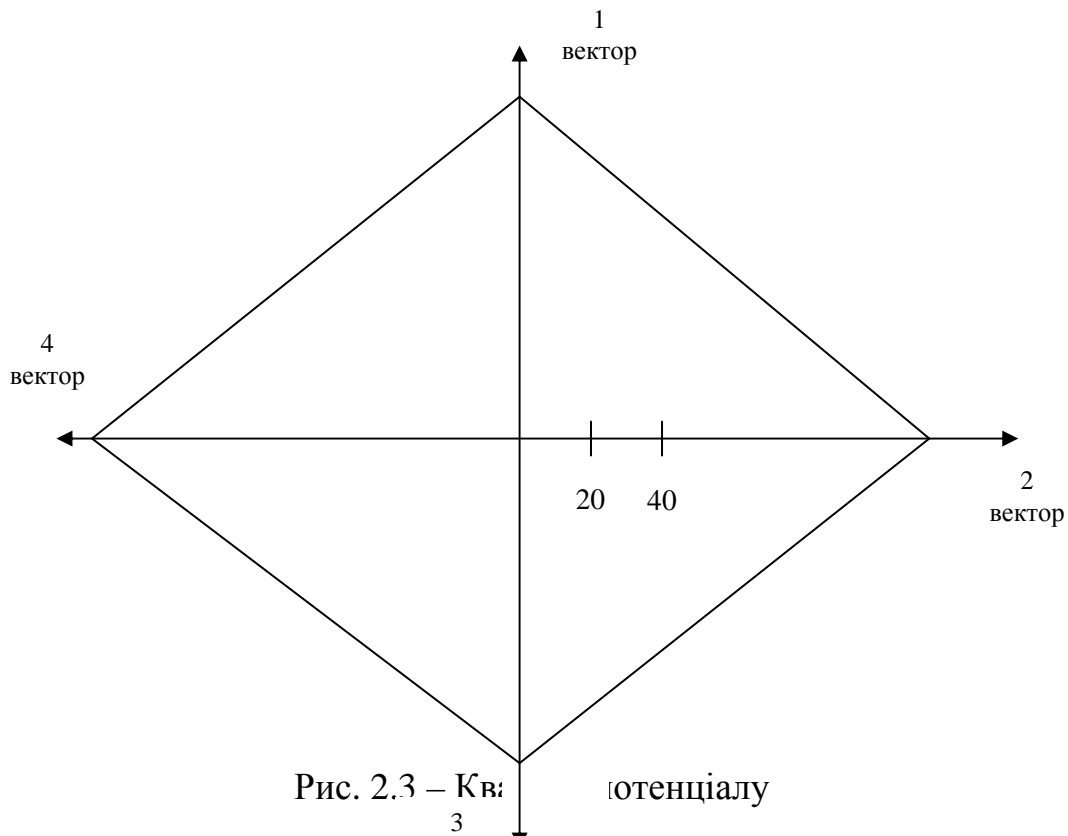


Рис. 2.3 – Кв. потенціалу

Довжину вектору, який створює квадрат ПП (де $k=1,2,3,4$), знаходять за допомогою формули:

$$Bk = 100 - (P_j - \sum k_{ч} \cdot n) \frac{100}{\sum k_{ч} \cdot n(m-1)}$$

$$Bk = 100 - (100/n (m - 1))$$

5. Визначивши довжину усіх векторів, креслять квадрат потенціалу і роблять відповідні висновки.

Графоаналітичний метод має декілька особливих теоретичних аспектів, які необхідно враховувати при його використанні:

По-перше, аналізується форма отриманої фігури фінансового стану підприємства. Форма може бути двох типів. Перший тип має правильну форму квадрата (тобто вектори, які створюють його, є однаковими або наближеними до того). Це говорить про одночасність і рівномірність напрямів фінансового положення. Що, у свою чергу, говорить про збалансованість фінансового положення підприємства, і є запорукою успіху. Другий тип має спотворену форму чотирикутника з таких причин: або один вектор розвинений більше інших («хворобливий» вектор), або усі вектори розвинені по-різному (дисгармонія векторів). В даному випадку потенціалу підприємства вимагає негайних перетворень у напрямі збалансованості його елементів. «Хворобливий» вектор показує, в якому напрямі необхідно проводити термінові, тобто обґрунтовує вибір зусиль і рішень

По-друге, потенціал підприємства можна класифікувати за розміром – великий, середній і малий. Великий потенціал мають підприємства, якщо довжина векторів знаходиться в межах 70-100; середній – 30-70; малий – до 30 умовних одиниць.

По-третє, зовнішній контур квадрата обкреслює можливості підприємства відносно досягнення оптимальних результатів – параметрів потенціалу підприємства.

Четверте, другий і третій вектор квадрата потенціалу («Організаційна структура і менеджмент», «Маркетинг») свідчать про наявність умов і передумов до подальшого розвитку потенціалу підприємства.

П'яте, четвертий вектор («Фінанси») – є результативним і характеризує успішність функціонування підприємства.

Існує взаємозв'язок між формою і розміром квадрата потенціалу і його життєвим циклом (рис. 2.4).

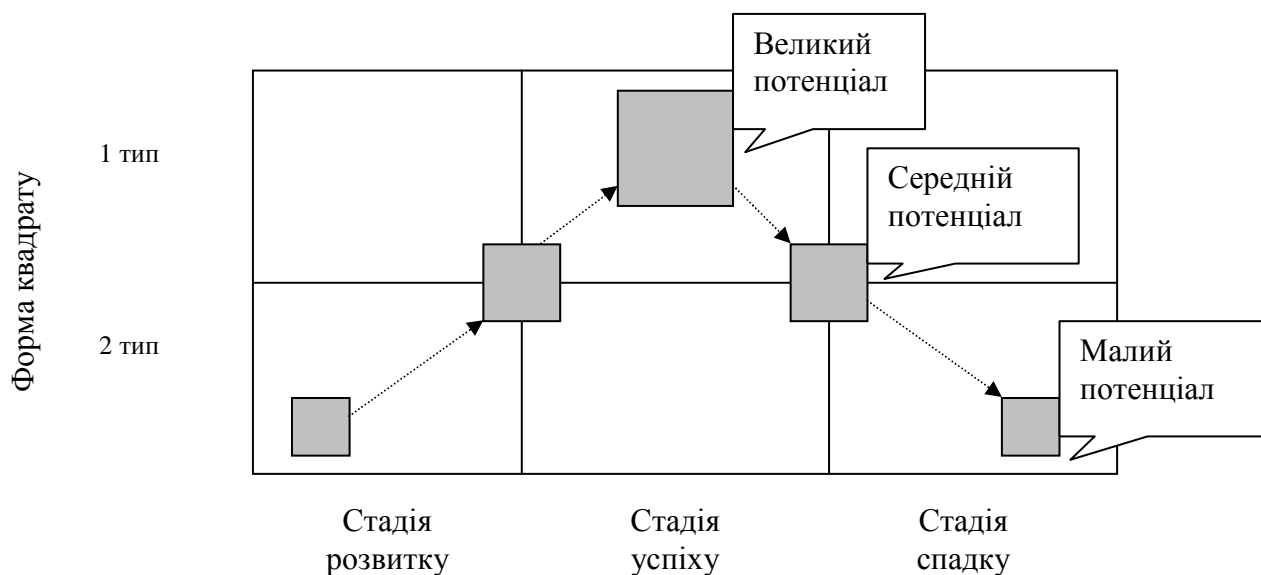


Рис. 2.4 - Зв'язок форми і розміру квадрата потенціалу з життєвим циклом підприємства

На першій стадії - стадії розвитку - перебувають підприємства з формою потенціалу другого типу і з можливістю його перетворення від малого до середнього за час проходження стадії.

На другій стадії - стадії успіху - знаходяться підприємства, форма потенціалу яких належить до першого типу і існує можливість перетворення його середнього у великий.

Стадія занепаду свідчить про негативні явища, які відбуваються з потенціалом, тобто про перехід від другої форми потенціалу і зменшення його розміру до середнього і малого.

Питання для самоконтролю до теми 2:

1. Охарактеризуйте блочно - модульну структуру потенціалу підприємства
2. Назвіть видові прояви потенціалу підприємства.
3. Назвіть складові потенціалу підприємства.
4. Охарактеризуйте складові потенціалу підприємства.
5. Особливості графоаналітичної моделі потенціалу підприємства.

МОДУЛЬ 1.2. Формування потенціалу підприємства

ТЕМА 3. ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Питання лекції:

- Потенціал підприємства як економічна система
- Загальні засади формування потенціалу підприємства
- Модель формування потенціалу підприємства
- Фактори та передумови динамічного розвитку потенціалу

Ключові поняття:

Система. Потенціал підприємства як економічна система. Цілісність потенціалу як системи. Ефект синергії. Паретоефективність. Комунікативність потенціалу. Здатність до розвитку. Процес формування потенціалу. Системний підхід до формування потенціалу. Маркетинговий підхід до формування потенціалу. Функціонувальний підхід. Відтворювальний підхід. Нормативний підхід. Комплексний підхід до формування потенціалу підприємства. Зовнішні фактори формування потенціалу. Внутрішні фактори формування та розвитку потенціалу. Модель формування потенціалу підприємства.

3.1. Потенціал підприємства як економічна система

Термін «система» (від грец. systema - ціле, що складається з частин) означає безліч елементів, що вступають у взаємодію, залежать один від одного та становлять певну цілісність, єдність.

Потенціал підприємства як економічну систему можна розглядати з різних точок зору, ґрунтуючись на ресурсній концепції (як сукупність ресурсів та зв'язків між ними), функціональній (як сукупність функцій, які забезпечують реалізацію здібностей і можливостей), ресурсно-цільовій (як сукупність ресурсів та здібностей щодо досягнення певних результатів, цілей) та інших концепціях. Залежно від завдань, які ставить перед собою дослідник, кожна з них має право на існування через свою відносність.

Потенціал підприємства характеризується властивостями, типовими для будь-якої економічної системи: цілісністю, взаємозв'язком і взаємодією елементів, складністю, комунікативністю, ієрархічністю, множинністю опису, здатністю до розвитку, альтернативністю форм функціонування та розвитку, пріоритетом інтересів системи глобального рівня, пріоритетом якості, потужністю.

Властивість цілісності, відповідно до теорії систем, означає, що системи існують як ціле, яке потім можна членувати на компоненти. Ці компоненти існують лише через існування цілого. Не елементи складають ціле, а навпаки, ціле породжує при своєму членуванні елементи системи, що складає сутність основного постулату теорії систем – її первинності. У цілісній системі окремі частини функціонують спільно, складаючи в сукупності процес функціонування системи як цілого. Кожен компонент може розглядатися тільки в його зв'язку з іншими компонентами системи.

Ефективність використання сукупного кадрового потенціалу повинна бути більше за суму ефективностей професійно-особистісного потенціалу кожного фахівця за рахунок реалізації ефекту взаємодії, *ефекту синергії*. Менеджмент ефективний, якщо $2+2=5$, де додаткова одиниця отримана за рахунок налагодженої взаємодії компонентів системи.

Причому підвищення ефективності використання сукупного потенціалу тісно пов'язано з процесом досягнення *паретоєфективності*, тобто такого розподілу ресурсів між елементами потенціалу, при якому неможливо поліпшити «корисність» хоча б одного елемента, не зменшуючи при цьому «корисності» іншого.

Комунікативність пов'язана зі взаємодією та взаємозалежністю потенціалу та зовнішнього середовища. Потенціал як система формує та виявляє свої властивості тільки в процесі взаємодії з зовнішнім середовищем. Можливості ресурсів і компетенцій підприємства реагують на вплив зовнішнього середовища, розвиваються під цим впливом, але при цьому

зберігають якісну визначеність і властивості, що забезпечують відносну стійкість і адаптивність їхнього функціонування як системи.

Здатність до розвитку означає, що система повинна бути здатною до навчання і розвитку (саморозвитку), сприйняття та використання нових технологічних ідей, наукових розробок. Джерелами розвитку потенціалу як економічної системи можуть бути: зростання інвестиційної й інноваційної активності; конкуренція; різноманіття форм і методів формування та реалізації.

3.2. Загальні засади формування потенціалу підприємства

Процес формування потенціалу підприємства є одним з напрямків його економічної стратегії і передбачає створення й організацію системи ресурсів і компетенцій таким чином, щоб результат їхньої взаємодії був фактором успіху в досягненні стратегічних, тактичних і оперативних цілей діяльності підприємства. При цьому використовуються такі основні наукові підходи:

1. Системний підхід є одним з основних у процесі формування потенціалу підприємства. При його застосуванні на основі маркетингових досліджень спочатку формуються параметри виходу - товару або послуги: що робити, з якими показниками якості, з якими витратами, для кого, у які терміни, за якою ціною? Параметри виходу повинні бути конкурентоспроможними.

Потім визначаються параметри входу: які потрібні ресурси й інформація для реалізації внутрішніх бізнес-процесів?

2. Маркетинговий підхід передбачає орієнтацію формування можливостей підприємства на споживача. Це означає, що формування будь-якого елемента потенціалу повинне ґрунтуватися на аналізі та прогнозуванні ринкових потреб, аналізі та прогнозуванні конкурентоспроможності та конкурентних переваг. При застосуванні маркетингового підходу пріоритетами вибору критеріїв формування потенціалу підприємства є:

- підвищення якості кінцевого результату реалізації потенціалу (виходу системи) відповідно до потреб споживачів;

- економія ресурсів у споживачів за рахунок підвищення якості всіх елементів потенціалу та, як наслідок, підвищення якості кінцевої продукції або послуги.

3. Функціональний підхід передбачає пошук зовсім нових, оригінальних технічних рішень для задоволення існуючих або потенційних потреб. Потреба в цьому випадку розглядається як сукупність функцій, які потрібно виконати для її задоволення. Після визначення функцій (наприклад, маркетингові, наукові дослідження, постачання, виробництво) визначається кілька альтернативних варіантів формування потенціалу для їхнього виконання та вибирається той з них, що забезпечує максимальну ефективність сукупних витрат. Застосування даного підходу, на відміну від орієнтації на «вчорашні» світові стандарти, дозволяє найбільш повно задовольняти нові потреби, з одного боку, і забезпечувати стійку конкурентну перевагу, з іншого.

4. Відтворювальний підхід орієнтований на постійне поновлення виробництва продукції з меншої ресурсоемністю та вищою якістю порівняно з аналогічною продукцією на даному ринку для задоволення потреб клієнтів. Це означає, що основним елементом даного підходу є обов'язкове застосування бази порівняння (показників кращої аналогічної продукції на теперішній момент, скоректованих до початку освоєння нової продукції або випереджальних) в процесі планування відтворювального процесу.

5. Нормативний підхід полягає у встановленні для найважливіших елементів потенціалу нормативів:

- якості та ресурсоемності продукції, завантаженості технічних об'єктів, параметрів ринку і т. д.;
- ефективності використання ресурсного потенціалу;
- щодо розробки й ухвалення управлінських рішень.

Слід зазначити, що встановлені нормативи повинні відповідати вимогам обґрунтованості, комплексності, ефективності та перспективності застосування.

6. Комплексний підхід передбачає необхідність урахування технічних, екологічних, економічних, організаційних, соціальних, психологічних і інших аспектів діяльності підприємства.

3.3. Модель формування потенціалу підприємства

З використанням перерахованих властивостей, підходів, факторів і передумов багаторівнева структурна модель формування потенціалу підприємства має такий вигляд (рис. 3.1):

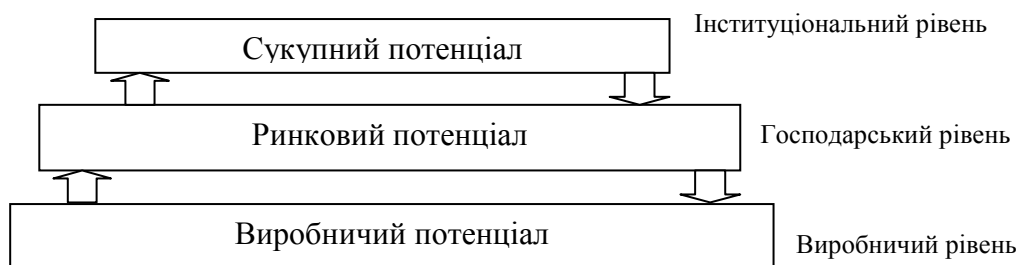


Рис. 3.1 - Модель формування потенціалу підприємства

Матеріальною основою потенціалу підприємства є фінансові ресурси, відображені в його балансі, а величина сукупного потенціалу є результатом спільних зусиль з реалізації його елементів, який залежно від інтересів власників може бути виражений або потенційним прибутком, то залишається в розпорядженні підприємства, або його вартістю. Оптимізація структури величини сукупного потенціалу припускає виділення проміжних рівнів узагальнення потенційних можливостей підприємства. Нижнім рівнем є виробничий потенціал, який формується як результат використання і взаємодії техніко-технологічного, інформаційного, інфраструктурного, організаційного, кадрового елементів, а результатом його реалізації є фактичний і потенційний обсяг виробництва продукції. Сполучною ланкою між нижнім виробничим і загальним інституціональним рівнями виступає ринковий потенціал, який формується як результат прояву компетенції! виробництва та активності підприємства, необхідних для задоволення потреб ринку в певному обсязі продукції в умовах існуючого маркетингового середовища. Результатом реалізації ринкового потенціалу є фактичний і потенційний обсяг продажів.

3.4. Фактори і передумови динамічного розвитку потенціалу

До зовнішніх факторів відносяться економічні, соціальні, політичні, юридичні умови, вплив яких визначається обмежувальними або стимулюючими заходами з боку різних державних органів, банків, інвестиційних компаній, суспільних груп, політичних сил і т. ін. Такими заходами, як правило, виступають податкові, процентні ставки, законодавчі, етичні, суспільні норми, тиск політичних сил.

До внутрішніх факторів відноситься, насамперед, стратегія підприємства, для реалізації якої формується потенціал, досвід і навички менеджерів, необхідні для реалізації намічених планів, принципи організації та ведення бізнесу, якими керуються на підприємстві, моральні цінності й амбіції керівників, а також загальноприйняті в рамках підприємства цінності та культура. Так, наприклад, формування потенціалу компанії Hewlett-Packard спирається на наступні базові цінності: «довіра і повага до працівників, забезпечення клієнтів товарами та послугами вищої якості, одержання прибутку та дотримання інтересів акціонерів, відмова від довгострокових фінансових зобов'язань для розвитку компанії, особиста ініціатива, колективна праця».

Матеріальною основою потенціалу підприємства є фінансові ресурси, відображені в його балансі, а величина сукупного потенціалу є результатом спільних зусиль з реалізації його елементів, який залежно від інтересів власників може бути виражений або потенційним прибутком, то залишається в розпорядженні підприємства, або його вартістю. Оптимізація структури величини сукупного потенціалу припускає виділення проміжних рівнів узагальнення потенційних можливостей підприємства. Нижнім рівнем є виробничий потенціал, який формується як результат використання і взаємодії техніко-технологічного, інформаційного, інфраструктурного, організаційного, кадрового елементів, а результатом його реалізації є фактичний і потенційний обсяг виробництва продукції.

Сполучною ланкою між нижнім виробничим і загальним інституціональним рівнями виступає ринковий потенціал, який формується як результат прояву компетенції! виробництва та активності підприємства, необхідних для задоволення потреб ринку в певному обсязі продукції в умовах існуючого маркетингового середовища. Результатом реалізації ринкового потенціалу є фактичний і потенційний обсяг продажів.

Таким чином, структурна модель формування потенціалу підприємства показує, що потенціал будь-якого рівня виникає як результат взаємодії ресурсів, що його забезпечують, і компетенції.

Питання для самоконтролю до теми 3:

1. Назвіть характерні риси розвитку потенціалу підприємства
2. Дайте визначення потенціалу підприємства як економічної системи.
3. Сутність процесу формування потенціалу підприємства.
4. Назвіть загальні підходи до формування потенціалу підприємства.
5. Основні принципи цільового планування потенціалу підприємства.
6. Охарактеризуйте ефект синергії щодо потенціалу підприємства.
7. Назвіть основні форми прояву ефекту синергії при формуванні потенціалу підприємства.
8. Охарактеризуйте особливості формування потенціалу підприємства в залежності від специфіки підприємницької діяльності.

ТЕМА 4. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Питання лекції:

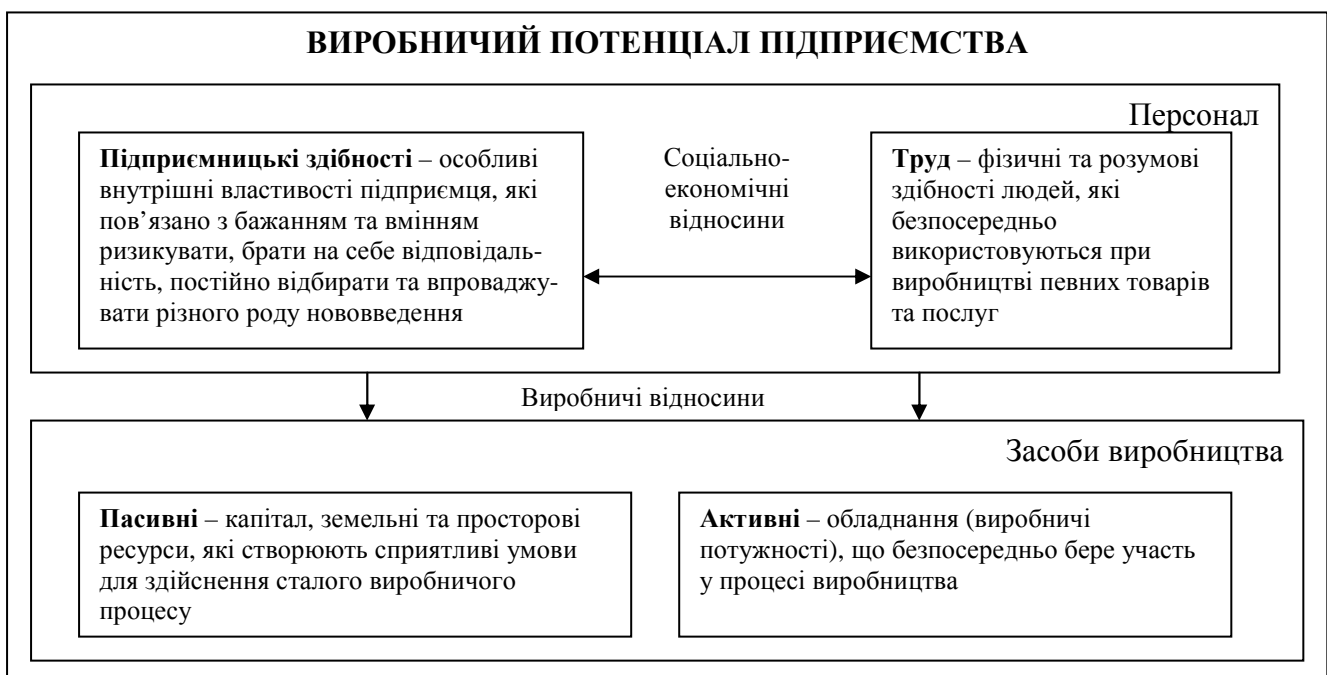
- Сутність та методологія визначення виробничого потенціалу підприємства
- Техніко-організаційна модель формування виробничої потужності

Ключові поняття: виробничий потенціал підприємства, основна мета виробництва, зміст виробничої функції, еластичність функції, виробнича потужність, профіль виробничої системи.

4.1. Сутність та методологія визначення виробничого потенціалу підприємства

Виробничий потенціал є основою економічного потенціалу підприємства.

Виробничий потенціал підприємства – узагальнююча характеристика, яка відображає спроможність наявних на підприємстві персоналу та засобів виробництва до перетворення ресурсів, які подаються на вхід виробничої системи, на готову продукцію та послуги на виході з цієї системи.



Методологія визначення виробничого потенціалу (кількісний аспект) безпосередньо пов'язана з такими економічними категоріями, як «виробнича функція» і «виробнича потужність». Особливість ролі останньої серед виробничих факторів пояснюється специфічністю капіталу як каталізатора підприємництва і, головне, специфічністю виробничої потужності як найбільш мобільного фактора серед інших факторів виробництва. Тому пріоритетним є формування і оцінка виробничої функції і потужності підприємства в порівнянні з іншими факторами і ресурсами виробничого потенціалу (матеріальними, трудовими).

Основна мета виробництва – перетворення факторів виробництва (ресурсів матеріальних, робочої сили і капіталу) у готову продукцію.

Зміст виробничої функції полягає в тому, що визначену кількість продукції можна виготовити за робочий день при визначеній комбінації устаткування, робочих та інших факторів:

$$X = f(A, B, C, \dots N), \quad (4.1)$$

де X – результативна кількість продукції за одиницю часу;

A, B, C – кількість різних факторів виробництва, які використовуються для виробництва продукції.

У виробничих функціях виду:

$$X = a \times F_1^{b_1} \times F_2^{b_2} \times \dots \times F_m^{b_m} \times \varepsilon, \quad (4.2)$$

де X – кількість продукту, що виготовляється за допомогою m виробничих факторів $F_1, F_2, \dots F_m$;

b – параметр, що характеризує еластичність кількості продукції (результуючої функції) стосовно кількості відповідних виробничих факторів.

Еластичність функції – це показник, що характеризує збільшення результуючої функції X на b % при збільшенні одного з факторів на 1% (тобто збільшення фактора на 1% приведе до збільшення функції на b %).

Економічний зміст мають не тільки коефіцієнти b кожного фактора, а й їхня сума, тобто сума еластичностей:

$$B = b_1 + b_2 + \dots + b_m \dots \quad (4.3)$$

Ця величина фіксує узагальнену характеристику еластичності виробництва.

Окремий випадок – функція Кобба-Дугласа:

$$X = A \times K^\alpha \times L^\beta. \quad (4.4)$$

Властивості виробничої функції Кобба-Дугласа:

1. Еластичність випуску продукції.

Збільшення витрат капіталу на 1% приведе до росту випуску продукції на α %, а збільшення витрат праці на 1% приведе до росту випуску продукції на β %.

2. Ефект масштабу виробництва.

Якщо α і β у сумі перевищують одиницю, то функція має зростаючий ефект від масштабу виробництва (тобто якщо K і L збільшуються в деякій пропорції, то X зростає в більшій пропорції).

Якщо їхня сума дорівнює одиниці, то це говорить про постійний ефект від масштабу виробництва (X збільшується в тій же пропорції, що K і L).

Спрощений вид функції, як залежності двох найбільш важливих факторів виробництва – праці і капіталу:

$$X = f(L, K), \quad (4.5)$$

де L – кількість робітників;

K – величина капіталу (в натуральному вираженні), що необхідна для виробництва продукції X .

Ця концепція реалізується за допомогою емпіричної функції:

$$X = \sqrt{L_i \times K_i}, \quad (4.6)$$

де i – індекс ресурсів для виробництва продукції i -го найменування.

Зміст функції наступний: максимальна кількість продукції X , потенційно виробленої щодня, дорівнює кореневі з добутку кількості робітників, зайнятих 8 годин на день, і кількості устаткування, що працює також 8 годин на день.

Наприклад, якщо планується виготовляти $X=10$ одиниць продукції в день, то виробнича функція ідентифікується як:

$$10 = \sqrt{L_i \times K_i} . \quad (4.7)$$

Альтернативні варіанти кількості працівників і устаткування:

- 1) 10×10 ;
- 2) 25×4 ;
- 3) 2×50 (в цих варіантах добуток дорівнює 100).

У такий спосіб функція виробництва показує технічно ефективні комбінації ресурсів, які можна використовувати для виробництва даної кількості продукції.

Підприємства, зацікавлені в постійному одержанні прибутку, повинні керуватися принципом технічної ефективності, коли з декількох альтернатив обирають метод, що передбачає найбільш оптимальну комбінацію факторів виробництва.

Виробнича функція може бути використана як інструмент вибору розміру виробництва в короткостроковому, середньостроковому і довгостроковому періодах.

У короткостроковому періоді хоча б один з факторів залишається незмінним (наприклад, капітал, тобто кількість устаткування). У середньостроковому періоді технічний рівень виробництва практично не змінюється, хоча усі фактори виробництва є змінними. Довгостроковий період є достатнім для зміни технічного рівня виробництва, впровадження нової техніки і технологій.

Підприємство існує відразу в трьох вимірах, оскільки приймає рішення, що реалізуються в тому чи іншому періоді.

У короткостроковому періоді підприємство позбавлено гнучкості, оскільки хоча б один з факторів є незмінним. Однак категорії граничного і сумарного продукту можуть забезпечити ефективність виробничого потенціалу в цьому періоді.

Виробнича потужність – це потенційна можливість підприємства випускати максимальну кількість продукції в одиницю часу за допомогою організованої сукупності виробничих факторів, досягнутого рівня їх взаємодії і освоєння.

У загальному вигляді виробнича потужність розраховується:

$$M = \frac{n \times F_d}{\sum t_j}, \quad (4.8)$$

де n – кількість устаткування, од.;

F_d - дійсний фонд часу роботи одиниці устаткування за рік;

$\sum t_j$ - сумарна трудомісткість обробки j -ої групи виробів на даному устаткуванні, годин.

Формування виробничих потужностей підприємства, досконалість організаційної побудови системи устаткування в значній мірі залежить від рівня узгодженості пропускної здатності машин в окремій підсистемі, між підсистемами в межах усієї системи устаткування. Тобто за кількістю, структурою і продуктивністю устаткування в підсистемах потрібно визначити так, щоб в одиницю часу вироблялася однакова кількість продукції в кожній групі устаткування всередині підсистеми (тобто реалізувати принцип пропорційної і синхронізації).

Пропускна здатність групи устаткування визначається:

$$K_{п.з.} = \frac{F_d \times n_i \times K_{вн}}{t_{ji}}, \quad (4.9)$$

де F_d - дійсний фонд часу роботи одиниці устаткування за рік;

n_i - кількість одиниць устаткування i -ої групи;

$K_{вн}$ - коефіцієнт виконання норми;

$\sum t_{ji}$ - сумарна трудомісткість обробки j -ої групи виробів на i -ому устаткуванні, годин.

Величина - зворотня $K_{п.з.}$ - називається коефіцієнтом завантаження устаткування.

Якщо говорити про якість організації системи устаткування підприємства в більш широкому плані, то принцип пропорційності повинен бути присутнім так само й у пропускній здатності між окремими підсистемами, що функціонують на всіх рівнях ієрархічної структури підприємства. Цим значною мірою визначається фронт робіт системи і виробнича потужність підприємства.

4.2. Техніко-організаційна модель формування виробничої потужності

У загальному вигляді техніко-організаційна модель формування виробничої потужності відбувається у такий спосіб (рис. 4.1).



Рис. 4.1 – Техніко-організаційна модель формування виробничої потужності

Задачу визначення виробничої потужності можна сформулювати таким чином: при обмеженні дійсного фонду часу роботи устаткування максимізується випуск продукції в натуральному або вартісному вираженні.

Модель визначення виробничої потужності підприємства, відповідно до якої максимізується обсяг випуску продукції, має вигляд:

$$F = \sum C_j X_j \rightarrow \max, \quad (4.10)$$

$$\text{При обмеженнях } \sum t_{ji} \leq F_i \text{ і } A_j \leq X_j \leq B_j.$$

C_j і X_j - договірна ціна і максимально можливий обсяг випуску j -го виду продукції;

t_{ji} - норма часу виготовлення j -го виду продукції на i -ому устаткуванні;

F_i - дієний річний фонд часу роботи устаткування при заданому режимі;

A_j - встановлене планове завдання (програма) з випуску цього виду продукції;

V_j - можливий плановий обсяг реалізації j -го виду продукції.

Виробничий потенціал підприємства – граничні можливості підприємства щодо випуску певного обсягу продукції (надання послуг) відповідних якості та асортименту.

Виробничий потенціал – це обсяг роботи в зіставних одиницях, який може бути виконаний впродовж певного періоду часу (наприклад, року) основними працівниками на базі наявних виробничих фондів при максимально можливому режимі роботи й оптимальній організації праці та виробництва, тобто він розглядається як функція таких змінних:

$$P = F(\Phi_t, R, E), \quad (4.11)$$

де Φ_t - нормативний річний фонд робочого часу, год.;

R – чисельність основних виробничих працівників;

E – рівень ефективності праці та її фондоозброєності, частка одиниці.

Тобто термін «виробничий потенціал» використовується для характеристики номінальних потенційних можливостей підприємства, які вимірюються через максимально можливий обсяг випуску продукції.

Головна якісна характеристика виробничого потенціалу – профіль виробничої системи.

Профіль виробничої системи – сукупність параметрів цієї системи, що характеризують її призначення, тобто спроможність технологічно-виробничої основи підприємства до своєчасного, ефективного та якісного випуску продукції з певною мірою різноманітності.

Основний показник прогресивності виробничого профілю підприємства – гнучкість, тобто здатність технологічно-виробничої основи підприємства до варіювання кінцевих результатів діяльності без суттєвого збільшення витрат ресурсів (економічна гнучкість).

Виробничо-технологічна основа підприємства – комплекс виробничих операцій з перетворення предметів труда на основі використання певних технологічних знань та практичних навичок працівників.

Головним критерієм прогресивності виробничо-технологічної основи підприємства є ступінь «технічної раціональності» виробничого процесу, тобто міра обізнаності працівників про причинно-наслідкові зв'язки між необхідними входами виробничої системи та бажаними результатами її діяльності.

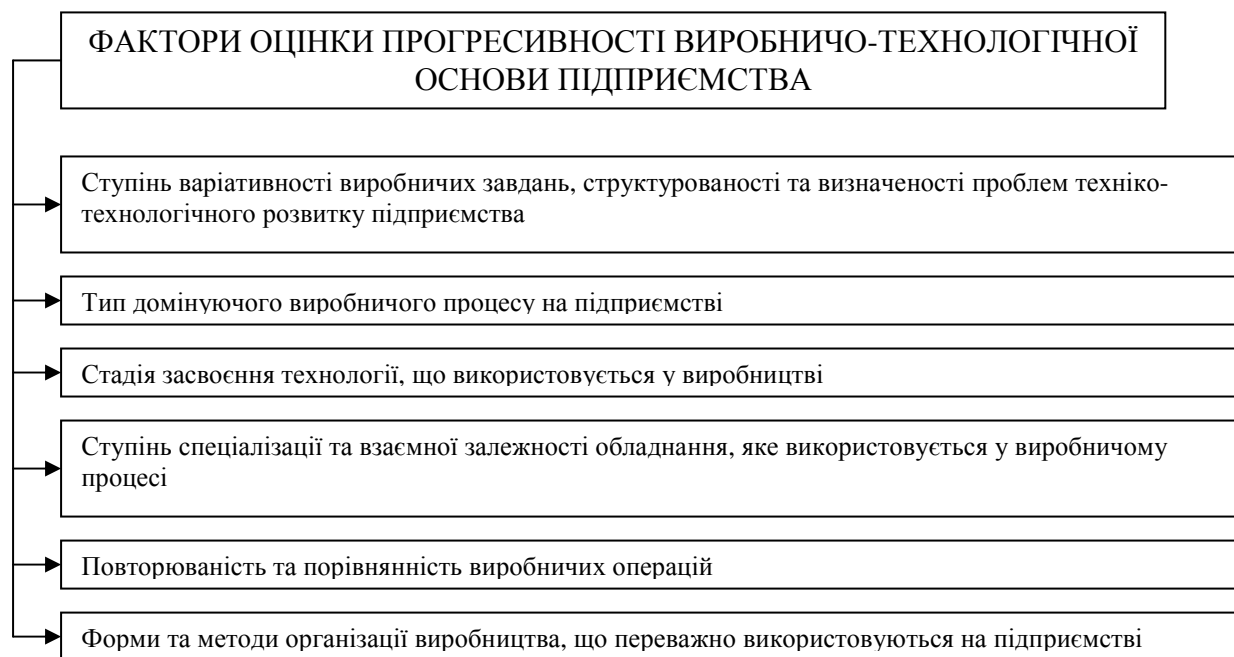


Рис. 4.2 – Фактори оцінки прогресивності виробничо-технологічної основи підприємства

Залежить від стану технології:

- стабільна технологія – залишається незмінною протягом усього життєвого циклу ринкового попиту. Конкурентні переваги підприємства зумовлюються оптимальністю сполучення «ціна-якість», заходами щодо поліпшення окремих параметрів і конструкцій виробів. Розвиток технологій відбувається дуже повільно;

- плодотворна технологія – зберігається незмінною тривалий період, проте її використання супроводжується розробкою послідовного ряду поколінь нової продукції з кращої якості та більш широкого діапазону застосування. Конкурентні переваги підприємства обумовлюються інтенсивністю впровадження товарних інновацій;

- мінлива технологія – характеризується появою впродовж одного життєвого циклу ринкового попиту низки базових технологій, що змінюють одна одну. Зміна технології має більш глибокий ефект, ніж поява нової продукції, оскільки призводить до морального застаріння інвестицій підприємства, здійснених у впровадження попередньої технології.

Відмінність виробничого потенціалу від виробничої потужності полягає в тому, що виробнича потужність виражається в максимально можливому випуску продукції за визначений період часу при звичайному використанні ресурсів, а виробничий потенціал – у максимально можливому випуску продукції за визначений період часу, але при оптимальному використанні ресурсів, в умовах НТП.

Економічний потенціал більш широке і ємне поняття, чим виробничий потенціал. На думку ряду дослідників, основним елементом, що визначає величину й умови росту економічного потенціалу, є виробничий потенціал підприємства, який відрізняється від економічного потенціалу тим, що не включає у свою структуру економічні зв'язки, що цілком відносяться до виробничих відносин первинних ланок промисловості (тобто підприємств).

Питання для самоконтролю до теми 4:

1. Охарактеризуйте виробничий потенціал підприємства.
2. Методологія виробничого потенціалу підприємства.
3. Розкрийте властивості виробничої функції Кобба-Дугласа.
4. Формування виробничих потужностей підприємства.
5. Техніко-організаційна модель формування виробничих потужностей.

МОДУЛЬ 1.3. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства та методичні підходи до його оцінки.

ТЕМА 5. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

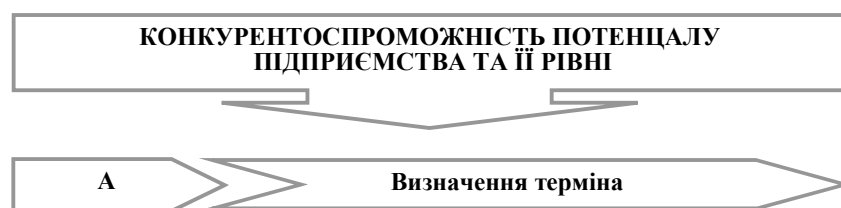
Питання лекції:

- Конкурентоспроможність потенціалу підприємства та її рівні
- Методи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства
- Прикладні моделі оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства

Ключові поняття:

Конкуренція. Конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства. Конкурентні сили. Діагностика конкурентних сил. Модель п'яти сил конкуренції М.Портера. Конкурентна перевага. Методи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства. Метод різниць. Метод рангів. Метод балів. Стратегічний аналіз конкурентоспроможності потенціалу підприємства. Метод - STEP - аналізу. Метод SWOT - аналізу. Метод SPACE - аналізу. Метод аналізу GAP. PIMS - аналіз. Метод вивчення профілю об'єкта.

5.1. 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.



1. Конкурентоспроможність не є іманентною властивістю підприємства (тобто його внутрішньою, природною якістю). Вона може бути виявлена і оцінена тільки за наявності конкурентів (реальних або потенціальних).

2. Поняття це відносне, тобто буде мати різний рівень по відношенню до різних конкурентів.

3. Визначається конкурентоспроможність потенціалу підприємства продуктивністю використання залучених до процесу виробництва ресурсів.

4. І взагалі рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства залежить від рівня конкурентоспроможності його складових елементів, у першу чергу — продукції, а також визначається конкурентоспроможністю галузі та країни.



Залежно від глобалізації цілей дослідження:

- I. Світове лідерство;
- II. Світовий стандарт;
- III. Національне лідерство;
- IV. Національний стандарт;
- V. Галузеве лідерство;
- VI. Галузевий стандарт;
- VII. Пороговий рівень¹.

Залежно від фокусування на функції управління:

Для підприємств *першого* рівня характерно розглядати організацію апарату управління як внутрішньо нейтрального елементу потенціалу. Роль керівника зводиться до випуску продукції, не піклуючись про проблеми конкурентоспроможності та задоволення потреб споживачів. Уважається зайвим зміна конструкції чи підвищення технічного рівня продукції,

¹ Якщо підприємство знаходиться нижче порогового рівня, то його потенціал вважається неконкурентоспроможним.

удосконалення структури і функцій відділу збуту та служби маркетингу, оскільки не враховуються зміни ринкової ситуації та потреби споживачів.

Підприємства *другого* рівня конкурентоспроможності намагаються зробити виробничий елемент потенціалу «зовнішньо нейтральним». Це означає, що потенціал підприємства повинен повністю відповідати стандартам, які встановлені його основними конкурентами.

Якщо 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, то потенціал підприємства еволюціонує до *третього* рівня конкурентоспроможності. На цих підприємствах виробнича складова потенціалу підлягає сильному впливу з боку елемента управління, що сприяє її розвитку та вдосконаленню.

Коли успіх у конкурентній боротьбі стає не стільки функцією виробництва, скільки функцією управління та залежить від якості, ефективності управління, організації виробництва, тоді підприємства досягають *четвертого* рівня конкурентоспроможності свого потенціалу і виявляються попереду конкурентів на довгий час.

5.2. Методи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства

Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності спрямована на чотири їх головні класифікаційні ознаки: напрямок формування інформаційної бази; спосіб відображення кінцевих результатів; можливість розробки управлінських рішень; спосіб оцінки.

У розрізі цих класифікаційних ознак виокремлюються: критеріальні (К) та експертні (Е); графічні (Г), математичні (М) та логістичні (Л); одномоментні (О) та стратегічні (С); індикаторні (І) та матричні (табличні) (Т) методи оцінки конкурентоспроможності.

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

Таблиця 5.1 - 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 7S	К	Г	С	М
5.Метод вивчення профілю об'єкта	Е	Г	О	І
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.Методика Градова щодо детермінантів «національного 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

Стисла інтерпретація окремих методів оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

Теорія конкурентних переваг М. Портера

Найбільш значними в 90-х роках були дослідження професора Гарвардської школи бізнесу М. Портера, який розробив теорію конкурентних переваг. Він визначає, що конкурентні переваги, якими може володіти підприємство, поділяються на 2 основні види: більш низькі ціни (за рахунок низьких витрат); диференціація товарів.

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

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ		
Сфера конкуренції	Малі витрати	Диференціація
	Лідер в економії витрат	Диференціація товару
	Концентрація на витратах	Фокусування диференціації

Рис. 5.1 - Конкурентні переваги та відповідні типи стратегій за М. Портером

- ♦ «Лідер в економії витрат» виготовляє продукцію невисокої, але задовільної якості, однак собівартість його продукції нижча ніж у підприємства, яке спеціалізується на диференціації товару.
- ♦ Підприємство, яке більше уваги приділяє диференціації товару, пропонує широкий вибір високоякісної продукції.
- ♦ «Концентрація на витратах» передбачає, що підприємство пропонує прості й стандартні товари з малими витратами і низькими цінами.
- ♦ «Фокусування диференціації» — це пропонування підприємством на ринок товару, на якому був зроблений акцент, за високою ціною.

Аналіз конкурентоспроможності фірм Ж-Ж. Ламбена

Через 6 років після виходу праці М. Портера Ж-Ж. Ламбен представив своє розуміння і визначення конкурентних переваг і конкурентоспроможності. Його теорія дещо схожа на теорію М. Портера, але розглядається дана проблема більш детально. А саме, він уперше виокремлює: зовнішні конкурентні переваги і внутрішні конкурентні переваги.

1. 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 виокремлено М. Портером як конкурентна перевага в диференціації товарів.

2. Внутрішні конкурентні переваги базуються на лідерстві фірмою 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.

Наведені вище два види конкурентних переваг у практичній діяльності дуже важко поєднати, оскільки це потребує значного досвіду і навиків у процесі здійснення підприємницької діяльності.

По суті можна сказати, що внутрішня конкурентна перевага, або конкурентна перевага у витратах, — це перевага в більш низькій собівартості продукції підприємства порівняно з конкурентами. А зовнішня конкурентна перевага, або перевага у відмінній якості товару, — це перевага в більш високому рівні цін підприємства за умови більш високих прибутків.

Стратегічний аналіз

Серед методів стратегічного аналізу відомим, але надзвичайно рідко використовуваним є STEP-аналіз (за початковими буквами англійських слів: *Society* — суспільство, *Technology* — технологія, *Economy* — економіка, *Policy* — політика), який є засобом дослідження зовнішнього середовища підприємства. Основним завданням STEP-аналізу є мінімізація впливу негативних факторів на можливості використання інших.

Стратегічний аналіз, орієнтуючи підприємство на пріоритетну реакцію на зовнішнє середовище, ставить за мету й дослідження його мікросередовища. У цьому плані ефективним методом є відомий SWOT-аналіз, який має за мету дослідити у взаємозв'язку такі групи факторів (за англійською аббревіатурою): *Strenghts* — сильні сторони, *Weaknesses* — слабкі сторони, *Opportunities* — можливості, *Threats* — загрози. Побудована на основі проведеного дослідження матриця SWOT, а також її похідні — матриця можливостей та матриця загроз — дають змогу проаналізувати парні комбінації сильних і слабких сторін з можливостями і загрозами, а також виявити пріоритетні сфери ділової активності та сформулювати управлінські акценти.

SPACE-аналіз є логічним продовженням SWOT-аналізу. Однак його основні ідеї недостатньо використовуються не лише в практиці діяльності підприємств, але й на рівні методичних розробок та рекомендацій. В основу

SPACE-аналізу закладена ідея, що стратегічна конкурентна позиція підприємства є функцією фінансової стійкості (сили) підприємства та конкурентоспроможності продукції.

Метод аналізу GAP

Метод був розроблений у Стенфордському дослідницькому інституті в Каліфорнії.

Кроки 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. Таким чином, аналіз GAP можна назвати організаційною

атакою на ліквідацію розбіжностей між бажаною та прогнозованою конкурентоспроможністю.

Метод аналізу LOTS

Метод було розроблено у 1980 році в Швеції. LOTS у перекладі зі шведської мови означає «лоцман». Метод LOTS 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.

Метод аналізу PIMS

Метод PIMS (*Profit Impact of Market Strategy*) — метод аналізу впливу ринкової стратегії на прибуток. Був розроблений у середині 60-х років у компанії «General Electric». PIMS 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 представлені на рис. 5.2. Вони поділяються на три групи: конкурентна ситуація, виробнича структура, ринкова ситуація. На рисунку знак «+» означає позитивний ефект на прибутковість, а знак «-» — негативний. Фактори проранжовані.

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

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

База даних моделі PIMS формується в Бостонському інституті стратегічного планування.

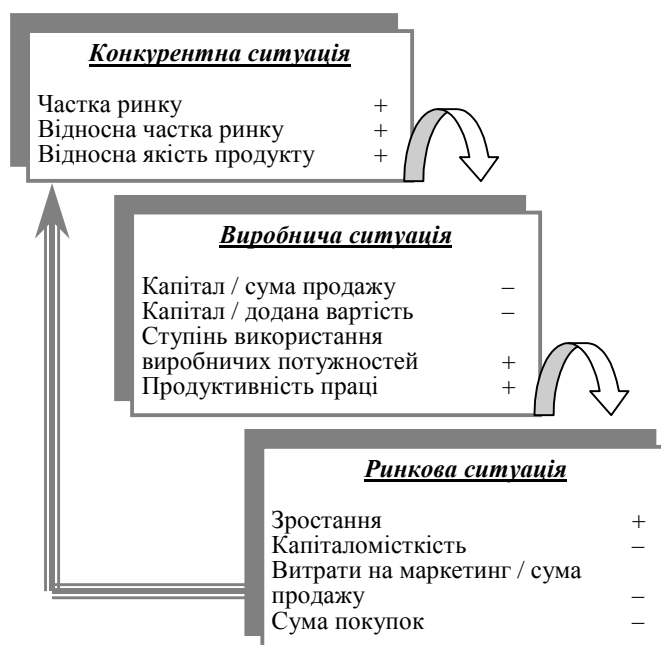


Рис. 5.2 – Вирішальні чинники прибутковості

Метод вивчення профілю об'єкта

Даний метод 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 (*min*) до 100 (*max*) 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 методу профілю об'єкта — є можливість виокремлення значної кількості конкурентних переваг та їх кількісного виміру. Його недоліком — суб'єктивність оцінки характеристик, що може вплинути на точність оцінювання.

Модель аналізу Мак-Кінсі 7S

Назва моделі походить від назви компанії і семи факторів, семи слів, які починаються на англійській мові на букву «S» (*strategy* — стратегія, *skill* — навички, *shared values* — загальноприйняті цінності, *structure* — структура, *systems* — системи, *staff* — кадри, *style* — стиль). Ця модель була розроблена консалтинговою фірмою «Мак-Кінсі» з США.

Даний підхід передбачає виділення наступних чинників, які впливають на розвиток фірми:

- Стратегія
- Навики
- Цінності
- Структура фірми
- Системи (правила, процеси)
- Штат (структура, досвід)
- Стиль поведінки

В основу методу «Мак-Кінсі» покладені такі основні оцінні 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:

а) при оцінюванні всіх наведених факторів за 5-бальною шкалою велике значення має суб'єктивність оцінювання;

в) подані рекомендації для реалізації стратегії, що наведені в матриці фірм «Мак-Кінсі» і «General Electric», носять поверховий характер. За останні роки ці рекомендації піддаються суворій критиці через негативні наслідки їх реалізації.

5.3. Прикладні моделі оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства



Серед великого різноманіття методів оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства дослідника цікавлять найбільш прикладні моделі, які поєднують у собі кілька класифікаційних ознак, тому цілком справедливо буде

трохи більше уваги приділити саме цим методам. Зосередимо свою увагу на трьох із них.

«Індикаторний метод оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства за економічними і соціальними стандартами», запропонований російськими дослідниками, знайшов своє висвітлення у підручнику «Рыночная экономика» 1992 року видання. Він дозволяє інтегрально оцінити конкурентоспроможність потенціалу підприємства з економічного і соціального боку, що є досить суттєвим на даному етапі розвитку можливостей виробничих систем.

«Метод експертних оцінок» використовується при недостатньому інформаційному забезпеченні. Експерти (компетентні спеціалісти, які добре знають проблему) оцінюють конкурентоспроможність потенціалу підприємства з позиції управління підприємством, виробництва, маркетингу, кадрів, продукту, фінансів.

«Метод набору конкурентоспроможних елементів» дозволяє поетапно досліджувати конкурентоспроможність потенціалу підприємства, починаючи з порівняльної оцінки найвагоміших складових, таких як конкурентоспроможність продукції, конкурентоспроможність системи управління, конкурентоспроможність техніко-технологічної бази і т. ін.



1. Оцінка конкурентоспроможності потенціалу підприємства за економічними стандартами проводиться принаймні за їх мінімальною кількістю — 5 економічних стандартів, до яких належить: ефективність використання речових та інформаційних ресурсів, економічного простору, часу, технології, рівень доходів. Виходячи з цих індикаторів, можна обрати ту чи іншу методику оцінки. А саме, в якості індикаторів і відповідних їм показників можуть виступати:

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_{rp} (Ресурси, авансовані підприємством / Ресурси, застосовані підприємством))

Ресурси, авансовані підприємством, — це всі наявні ресурси підприємства у вартісному виразі, включаючи резервні робочі місця, наднормовані запаси сировини, матеріалів, невстановлене обладнання, страховий фонд та фонд ризику.

Ресурси, застосовані підприємством, — це ресурси, авансовані підприємством за вирахуванням ресурсів, що не використовуються (резервні робочі місця, наднормовані запаси сировини, матеріалів, невстановлене обладнання, страховий фонд та фонд ризику).

При цьому:

$$K_P = K_{dp} / K_{rp} \rightarrow \max; \quad (5.1)$$

2) *індикатор використання праці* (K_{Pp} — це співвідношення чистого прибутку підприємства ($ЧПп$) і вартості робочих місць підприємства ($ВРМп$)).

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

$$K_{Pp} = ЧПп / ВРМп \rightarrow \max; \quad (5.2)$$

3) *індикатор ємності ринку* (K_{ϵ} — це співвідношення балансового прибутку підприємства ($БПп$) і прибуткової ємності ринку даного товару ($П\epsilon P_T$)).

Прибуткова ємність ринку визначається сукупним грошовим попитом споживачів на товар за вирахуванням тієї умовної частини попиту, яка направляється на відшкодування витрат виробництва і реалізації товару.

$$K_{\epsilon} = БПп / П\epsilon P_T \rightarrow \max; \quad (5.3)$$

4) *індикатор доходності* — це співвідношення валового доходу підприємства, який розраховується на одного робітника, включаючи власників

підприємства (ВДПр), і аналогічного доходу, який існує в комерційній сфері діяльності в цілому в економіці країни (КомВДПр)

$$КД = ВДПр / КомВДПр \rightarrow \max; \quad (5.4)$$

5) *індикатор використання часового ресурсу (КЧ)* — співвідношення між часом, прийнятим в якості періоду для виміру отриманого валового доходу підприємства ($t_{вд}$), і часом, який необхідний для збільшення цього валового доходу вдвічі ($t_{2вд}$)

$$КЧ = t_{вд} / t_{2вд} \rightarrow \max. \quad (5.5)$$

Усі ці показники співставляються з аналогічними нормативними або фактичними показниками у конкурентів, що дає змогу оцінити індивідуальний рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства за економічними стандартами:

$$ІР_{кр} = КР / КР_{к}; \quad (5.6)$$

$$ІР_{кп} = КП / КП_{к};$$

$$ІР_{ке} = КЄ / КЄ_{к};$$

$$ІР_{кд} = КД / КД_{к};$$

$$ІР_{кч} = КЧ / КЧ_{к}.$$

Відносно встановленого рівня конкурентоспроможності потенціалу підприємства в залежності від глобалізації цілей дослідження будується матриця конкурентоспроможності потенціалу підприємства (МКПП), в якій відображаються відносні величини обраних стандартів (індикаторів) і їх відсотково-балове вираження (див. табл. 5.2).

Таблиця 5.2 – Матриця конкурентоспроможності потенціалу підприємства

№ П/ П	Стандарти Рівень КПП	КР		КП		КЄ		КД		КЧ	
		1		2		3		4		5	
		%	бал	%	бал	%	бал	%	бал	%	бал
1	Світове лідерство	КР ₁	КР ₁₆	КП ₁	КП ₁₆	КЄ ₁	КЄ ₁₆	КД ₁	КД ₁₆	КЧ ₁	КЧ ₁₆
2	Світовий стандарт	КР ₂	КР ₂₆	КП ₂	КП ₂₆	КЄ ₂	КЄ ₂₆	КД ₂	КД ₂₆	КЧ ₂	КЧ ₂₆
3	Національне лідерство	КР ₃	КР ₃₆	КП ₃	КП ₃₆	КЄ ₃	КЄ ₃₆	КД ₃	КД ₃₆	КЧ ₃	КЧ ₃₆
4	Національний стандарт	КР ₄	КР ₄₆	КП ₄	КП ₄₆	КЄ ₄	КЄ ₄₆	КД ₄	КД ₄₆	КЧ ₄	КЧ ₄₆
5	Галузеве лідерство	КР ₅	КР ₅₆	КП ₅	КП ₅₆	КЄ ₅	КЄ ₅₆	КД ₅	КД ₅₆	КЧ ₅	КЧ ₅₆
6	Галузевий стандарт	КР ₆	КР ₆₆	КП ₆	КП ₆₆	КЄ ₆	КЄ ₆₆	КД ₆	КД ₆₆	КЧ ₆	КЧ ₆₆
7	Пороговий рівень	КР ₇	КР ₇₆	КП ₇	КП ₇₆	КЄ ₇	КЄ ₇₆	КД ₇	КД ₇₆	КЧ ₇	КЧ ₇₆
8	Підприємство	КР ₈	КР ₈₆	КП ₈	КП ₈₆	КЄ ₈	КЄ ₈₆	КД ₈	КД ₈₆	КЧ ₈	КЧ ₈₆

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 (ЗКППе) на обраному із семи можливих рівнів виглядає таким чином:

$$\text{ЗКППе} = (\text{КР}_{86} + \text{КП}_{86} + \text{КЄ}_{86} + \text{КД}_{86} + \text{КЧ}_{86}) / (\text{КР}_{p6} + \text{КП}_{p6} + \text{КЄ}_{p6} + \text{КД}_{p6} + \text{КЧ}_{p6}),$$

де p — обраний рівень для оцінки конкурентоспроможності ($p = 1, 2, \dots, 7$).

На основі запропонованої матриці конкурентоспроможності потенціалу підприємства має сенс створити таблицю резервів (Р) і втрат (В) потенціалу підприємства (див. табл. 5.3) і провести її аналіз.

Усі ці показники співставляються з аналогічними нормативними або фактичними показниками у конкурентів, що дає змогу оцінити індивідуальний рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства за економічними стандартами:

$$\text{ІР}_{\text{кр}} = \text{КР} / \text{КР}_{\text{к}};$$

$$IP_{KP} = KP / KPK;$$

$$IP_{KE} = KE / KEK;$$

$$IP_{KD} = KD / KDK;$$

$$IP_{KC} = KC / KCK.$$

Відносно встановленого рівня конкурентоспроможності потенціалу підприємства в залежності від глобалізації цілей дослідження будується матриця конкурентоспроможності потенціалу підприємства (МКПП), в якій відображаються відносні величини обраних стандартів (індикаторів) і їх відсотково-балове вираження (див. табл. 5.2).

Таблиця 5.2 – Матриця конкурентоспроможності потенціалу підприємства

№ п/ п	Стандарти Рівень КПП	КР		КП		КЄ		КД		КЧ	
		1		2		3		4		5	
		%	бал	%	бал	%	бал	%	бал	%	бал
	Резерви:										
1	Світове лідерство	РКР ₁	РКР ₁₆	РКП ₁	РКП ₁₆	РКЄ ₁	РКЄ ₁₆	РКД ₁	РКД ₁₆	РКЧ ₁	РКЧ ₁₆
2	Світовий стандарт	РКР ₂	РКР ₂₆	РКП ₂	РКП ₂₆	РКЄ ₂	РКЄ ₂₆	РКД ₂	РКД ₂₆	РКЧ ₂	РКЧ ₂₆
3	Національне лідерство	РКР ₃	РКР ₃₆	РКП ₃	РКП ₃₆	РКЄ ₃	РКЄ ₃₆	РКД ₃	РКД ₃₆	РКЧ ₃	РКЧ ₃₆
4	Національний стандарт	РКР ₄	РКР ₄₆	РКП ₄	РКП ₄₆	РКЄ ₄	РКЄ ₄₆	РКД ₄	РКД ₄₆	РКЧ ₄	РКЧ ₄₆
5	Галузеве лідерство	РКР ₅	РКР ₅₆	РКП ₅	РКП ₅₆	РКЄ ₅	РКЄ ₅₆	РКД ₅	РКД ₅₆	РКЧ ₅	РКЧ ₅₆
6	Галузевий стандарт	РКР ₆	РКР ₆₆	РКП ₆	РКП ₆₆	РКЄ ₆	РКЄ ₆₆	РКД ₆	РКД ₆₆	РКЧ ₆	РКЧ ₆₆
	Втрати	ВКР ₇	ВКР ₇₆	ВКП ₇	ВКП ₇₆	ВКЄ ₇	ВКЄ ₇₆	ВКД ₇	ВКД ₇₆	ВКЧ ₇	ВКЧ ₇₆
	Сума втрат чи резервів у балах ²	—	РВКР ₆	—	РВКП ₆	—	РВКЄ ₆	—	РВКД ₆	—	РВКЧ ₆

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

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

Окрім точних даних про резерви і втрати, отриманих з табл. 5.3, спеціалісти підприємства повинні знати обсяги інвестицій (I), час (t), економічний ефект (E_e), які можуть мати місце під час прийняття рішення про заходи щодо підвищення рівня того чи іншого індикатора (стандарту). Для

² Якщо втрати > 0, то всі резерви = 0, і навпаки

кінцевих висновків потрібно розрахувати два показники: 1) коефіцієнт ефективності використання інвестицій — $Kei = Ee / I \rightarrow \rightarrow \max$; 2) інтегральний коефіцієнт ефективності використання інвестицій і часу — $K_{int} = Kei / t \rightarrow \max$, де t — це проміжок часу між інвестуванням капіталу і отриманням ефекту.

Результати проведених розрахунків зводяться в таблицю для вибору стратегії з підвищення конкурентоспроможності потенціалу підприємства (див. табл. 5.4).

Таблиця 5.4 – Вибір стратегії з підвищення конкурентоспроможності потенціалу підприємства (для рівня світового лідерства)

№ п/п	Засоби та ресурси для досягнення мети Індикатори	Інвестиції (I)	Час (t)	Економічний ефект (Ee)	Інтегральний коефіцієнт ефективності підприємства (K_{int})	Пріоритети (стратегія підприємства) ³
1	РКР ₁	$I_{кр}$	$t_{кр}$	$E_{екр}$	K_{int}^1	5
2	РКП ₁	$I_{кп}$	$t_{кп}$	$E_{екп}$	K_{int}^2	3
3	РКЄ ₁	$I_{ке}$	$t_{ке}$	$E_{екє}$	K_{int}^3	1
4	РКД ₁	$I_{кд}$	$t_{кд}$	$E_{екд}$	K_{int}^4	4
5	РКЧ ₁	$I_{кч}$	$t_{кч}$	$E_{екч}$	K_{int}^5	2

Представлений аналіз необхідно доповнювати дослідженням динаміки резервів, втрат та інтегрального коефіцієнта ефективності (див. табл. 5.5).

Таблиця 5.5 – Динаміка балових оцінок резервів, втрат та інтегрального коефіцієнта ефективності потенціалу підприємства

№ п/п	Резерви, втрати, ефективність	Періоди							
		t_1	t_2	t_3	t_4	...	t_i	..	t_n
1	Темпи зміни резервів (ТзР)	ТзР ₁	ТзР ₂	ТзР ₃	ТзР ₄	...	ТзР _i	...	ТзР _n
2	Темпи зміни втрат (ТзВ)	ТзВ ₁	ТзВ ₁	ТзВ ₁	ТзВ ₁	...	ТзВ _i	...	ТзВ _n
3	Темпи зміни інтегр. коефіцієнта ефективн. потенціалу підприємства (ТзК _{інт} ¹)	ТзК _{інт} ¹	ТзК _{інт} ¹	ТзК _{інт} ¹	ТзК _{інт} ¹	...	ТзК _{інт} ⁱ	...	ТзК _{інт} ⁿ

³ Якщо $K_{int}^3 > K_{int}^5 > K_{int}^2 > K_{int}^4 > K_{int}^1$.

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

$$Y = (TK_{\text{інт}} - T_3B) / T_3P \rightarrow \max$$

За даними таблиці розраховується коефіцієнт успіху в галузі підвищення конкурентоспроможності потенціалу підприємства за періодами і графічно зображуються «стріли» конкурентного успіху.

Найбільш прийнятний випадок, коли динаміка втрат стрімко знижується до нуля, а лінія темпів зміни інтегрального коефіцієнта ефективності вище лінії темпів зміни резервів при їх досить близькому знаходженні один біля одного. Максимальний успіх при цьому досягається, коли $T_3B = 0$, а $T_3K_{\text{інт}} > T_3P$. Це означає, що підприємство стрімко покращує рівень конкурентоспроможності 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 (P_c), діловий рейтинг (P_d), рейтинг престижу (P_p), міжнародний рейтинг (P_m). Порівнюючи сумарні бали оцінки рейтингів власних і у конкурентів, отримуємо показник, який відображає рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства за соціальними стандартами.

2. Метод експертних оцінок

Як один з варіантів оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства можна використовувати наступну методику. Слід зауважити, що вона розроблена з урахуванням таких основних моментів:

- підприємство є малим;
- підприємство виробляє один вид продукції.

Експертами можуть бути обрані: фахівці підприємства (директор, заступники директора з виробництва, заступники директора з економіки,

комерційні директори, маркетологи), фахівці роздрібної торгової мережі, основні оптові клієнти. Загальна кількість експертів — 12 чоловік.

Усім експертам пропонується анкета з питаннями щодо конкурентоспроможності потенціалу підприємств.

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

Таблиця 5.7 - Результати обробки експертних оцінок підприємств-конкурентів

№ п/п	Конкуренти	Підсумки оцінок за групами показників					
		«Управління підприємством»	«Виробництво»	«Маркетинг»	«Кадри»	«Продукт»	«Фінанси»
1							
2							
...
	Фірма						

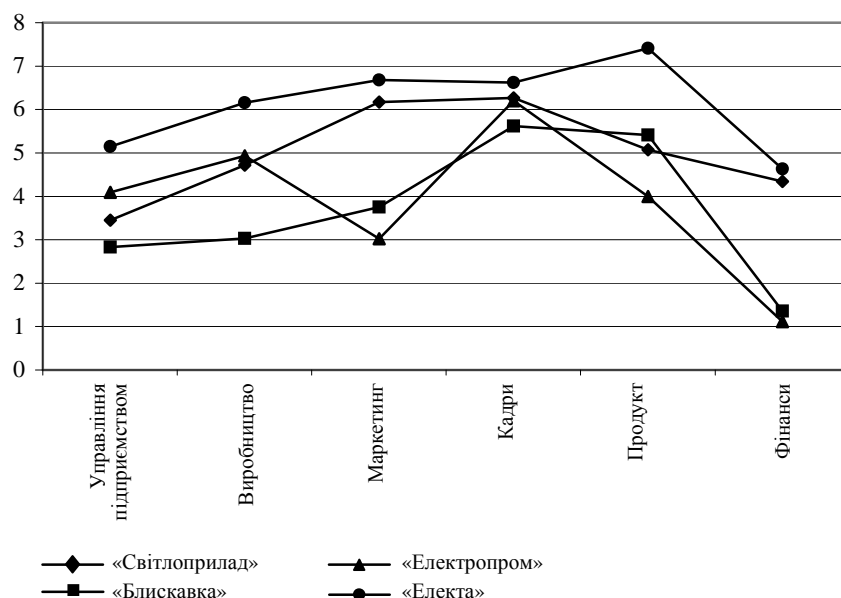


Рис. 5.3 – Порівняння результатів обробки експертних оцінок підприємств, що аналізуються за групами показників

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 такий:

1. Перш за все формується перелік індикаторів (IND_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 ($Vaga_j$, де $j = 1, \dots, m$) у загальній оцінці за умови, що $\sum Vaga_j = 1$.

3. Службою маркетингу підприємства-об'єкта оцінки пропонується п-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 (табл. 3.8).

5. За допомогою абсолютних значень обраних індикаторів визначаються ранги одиниці продукції (R_{ij}).

6. Знаходиться зважений відносно індикатора загальний ранг одиниці продукції кожного підприємства, що бере участь у масиві оцінки за формулою:

$$Rang_i = \sum R_{ij} \times Vaga_j.$$

7. Після встановлення загальних рангів знаходиться підприємство-лідер (L) та підприємство-аутсайдер (A) за даною одиницею продукції, а також діапазон відстані аутсайдера від лідера (D_v) за формулою:

$$D_v = Rang_A - Rang_L.$$

Таблиця 5.8 – Матриця визначення конкурентоспроможності одиниці продукції

№ п/п	Вага індикатора	Vaga ₁		Vaga ₂		Vaga ₃		...		Vaga _m		Rang _i	KSop _{ia}
	Індикатор	IND ₁		IND ₂		IND ₃		...		IND _m			
	Підприємство	абс. зн.	ран г R _{ij}	абс. зн.	ран г R _{ij}	абс. зн.	ран г R _{ij}	абс. зн.	ран г R _{ij}		
1	Об'єкт оцінки												
2													
3													
...													
n													

Діапазон відстані аутсайдера від лідера дає уявлення про розмежування підприємств у конкурентному середовищі, а саме:

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

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

- $0—\frac{1}{4} D_v$ — коло лідерів;
- $\frac{1}{4} D_v—\frac{1}{2} D_v$ — зона очікування нападу;
- $\frac{1}{2} D_v—\frac{3}{4} D_v$ — зона невикористаних можливостей;
- $\frac{3}{4} D_v—D_v$ — коло аутсайдерів.

8. Конкурентоспроможність одиниці продукції, таким чином, визначається за формулою:

$$KSop_{ia} = (Rang_A - Rang_i) / D_v.$$

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 (табл. 5.9).

Таблиця 5.9 – Підсумкова таблиця для визначення конкурентоспроможності потенціалу підприємства — об'єкта оцінки

№ п/ п	Продукція	$KSop_{ia}$	виробництва продукції за проектною	Структура фактичного пролажу продукції (Sp)	Скоригована $KSop_{ia}$ на $Sy = (p.2 \cdot p. 3/100)$	Скоригована $KSop_{ia}$ на $Sp = (p. 2 \cdot p. 4/100)$	Резерв конкуренто- спроможності $RKS_{ia} = (p. 5 - p. 6)$	Ранг конкурентоспромож- ності потенціалу підприємства $Rang_{...}$
	1	2	3	4	5	6	7	8
1								
2								
...								
a								
			100	100				
	Конкурентоспроможність потенціалу підприємства							

10. Ранг конкурентоспроможності потенціалу підприємства визначається за формулою:

$$Rang_{кпп} = KSop_{ia} \times (1 - RKS_{ia}).$$

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 потенціали і т. ін., конкурентоспроможність яких слід урахувати під час визначення остаточного рівня конкурентоспроможності потенціалу.

Питання для самоконтролю до теми 5:

1. Назвіть рівні конкурентоспроможності підприємства
2. Назвіть особливості конкурентоспроможності потенціалу підприємства.
3. Назвіть основні класифікації методів оцінки конкурентоспроможності потенціалу
4. Методи діагностики конкурентних сил.
5. Сутність індикаторного методу оцінки потенціалу підприємства.
6. Основні принципи методу експертних оцінок потенціалу підприємства.
7. Метод набору конкурентоспроможних елементів.
8. Назвіть основні принципи побудови профілю об'єкта.

ТЕМА 6. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Питання лекції:

- Особливості потенціалу підприємства як об'єкта оцінки
- Поняття вартості та її модифікації
- Принципи оцінки вартості підприємства

Ключові поняття: Особливості потенціалу підприємства як об'єкта оцінки. Вартість. Ринкова вартість. Неринкові види вартості. Споживча вартість. Інвестиційна вартість. Спеціальна вартість. Страхова вартість. Оподаткована вартість. Заставна вартість. Залишкова вартість. Вартість діючого підприємства. Ліквідаційна вартість. Принципи оцінки потенціалу підприємства. Фактори виробництва та їх компенсація. Принципи, пов'язані з уявленням власника про майно. Принципи, пов'язані з експлуатацією майна. Принципи, пов'язані з ринковим середовищем. Принцип найбільш ефективного використання.

6.1. Особливості потенціалу підприємства як об'єкта оцінки

Концепція вартісної оцінки представляється найбільш універсальною і методично обґрунтованою, тому що враховує всі необхідні вимоги до потенціалу як об'єкту оцінки, а саме:

- 1) комплексність, що виявляється в сукупності взаємозалежних елементів і синергічного ефекту від їхньої взаємодії;
- 2) поточні та майбутні результати, пов'язані з його реалізацією;
- 3) поточний стан і перспективи розвитку зовнішнього середовища.

Вихідною передумовою вартісної оцінки є те, що підприємство як об'єкт, що характеризується певним рівнем потенціалу, може бути джерелом доходу й об'єктом ринкової угоди, тобто власник підприємства має право продати його,

закласти, застрахувати. Таким чином, підприємство виступає товаром із усіма характерними для нього властивостями:

- корисністю для покупця, що виявляється в користуванні та відповідає задоволенню потреби в одержанні доходів. Якщо потенціал підприємства не становить цінності і, отже, підприємство не приносить доход власнику, воно втрачає для нього свою корисність і підлягає продажу. В той же час, якщо хтось інший бачить нові способи його використання і реалізації сформованого потенціалу, то підприємство стає товаром;

- витратами на створення (формування). Дана властивість означає, що одержання доходу, формування альтернативного бізнесу, нового підприємства супроводжується певними витратами.

Разом з тим, підприємство як об'єкт ринкових угод характеризується і низкою специфічних особливостей, серед яких можна виділити такі:

- по-перше, це товар інвестиційний. Тобто товар, вкладення в який здійснюються з метою віддачі в майбутньому. Процеси здійснення витрат і одержання доходів роз'єднані в часі, а розмір останніх невідомий і має імовірнісний характер. Якщо майбутні доходи з урахуванням часу їхнього одержання виявляються меншими за витрати на придбання інвестиційного товару, він втрачає свою інвестиційну привабливість і потенціал його знецінюється. Таким чином, поточна вартість майбутніх доходів, які може одержати власник, є верхньою межею ринкової ціни з боку покупця;

- по-друге, підприємство є системою, але продаватися може як система в цілому, так і окремі її підсистеми й елементи. У цьому випадку руйнується його зв'язок з конкретною організаційно-економічною формою, елементи потенціалу підприємства стають основою формування іншої, якісно нової системи. Фактично товаром стає не саме підприємство, а окремі його складові;

- по-третє, потреба в цьому товарі залежить від процесів, що відбуваються як усередині нього самого, так і в зовнішньому середовищі. Причому, з одного боку, нестабільність у суспільстві обумовлює нестійке становище підприємства, з іншого боку, нестійкість самого підприємства

спричиняє подальше наростання нестабільності й у самім суспільстві.

Законом «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні», регламентуються обов'язкові випадки проведення вартісної оцінки:

- створення підприємств на базі державного майна або майна, що є в комунальній власності;
- реорганізації, банкрутства, ліквідації державних, комунальних підприємств та підприємств з державною часткою майна (часткою комунального майна);
- виділення або визначення частки майна в спільному майні, у якому є державна частка (частка комунального майна);
- визначення вартості внесків учасників та засновників господарського товариства, якщо до зазначеного товариства вноситься майно господарських товариств з державною часткою (часткою комунального майна), а також у разі виходу (виключення) учасника або засновника зі складу такого товариства;
- приватизації та іншого відчуження у випадках, встановлених законом, оренди, обміну, страхування державного майна, майна, що є в комунальній власності, а також повернення цього майна на підставі рішення суду;
- переоцінки основних фондів для цілей бухгалтерського обліку;
- оподаткування майна та визначення розміру державного мита згідно з законом:
- передачі майна під заставу;
- визначення збитків або розміру відшкодування у випадках, встановлених законом;
- в інших випадках за рішенням суду.

6.2. Поняття вартості та її модифікації

Вартість - це грошовий еквівалент цінності об'єкта, який покупець готовий обміняти на право власності на цей об'єкт. Причому варто розмежовувати поняття вартість і ціна, оскільки перша - це очікувана ціна як результат прояву

конкретних умов, а друга відбиває факт витрат, що відбувся, на покупку аналогічних об'єктів за минулими угодами.

У Міжнародних стандартах оцінки (МСО-2003) «Загальні поняття і принципи оцінки», «Нормах професійної оцінної діяльності оцінювача» України, Національному стандарті № 1 «Загальні принципи оцінки майна і майнових прав» України, численній навчально-методичній літературі найчастіше зустрічаються види вартості, класифіковані за такими ознаками:

- за ступенем ринковості;
- за цілями оцінки;
- за характером аналога;
- за принципами бухгалтерського обліку;
- залежно від перспектив розвитку підприємства.

За ступенем ринковості розрізняють ринкову та неринкову (відмінну від ринкової) вартість.

Ринкова вартість є розрахункова величина, рівна грошовій сумі, за яку передбачається перехід майна з рук у руки на дату оцінки в результаті комерційної угоди між добровільним покупцем і добровільним продавцем після адекватного маркетингу; при цьому покладається, що кожна зі сторін діяла компетентно, розважливо і без примусу.

Базою оцінки виступають *неринкові види вартості*, до яких, відповідно з Національним Стандартом № 1, належать: вартість заміщення, вартість відтворення, залишкова вартість заміщення (відтворення), вартість у використанні, споживча вартість, вартість ліквідації, інвестиційна вартість, спеціальна вартість, ліквідаційна вартість та інші види.

За цілями оцінки розрізняють споживчу, інвестиційну, спеціальну, страхову, заставну, оподатковувану, утилізаційну вартість.

Споживча вартість (аналогічна поняттям внутрішня, фундаментальна вартість) - еквівалент цінності, яку конкретна власність має для конкретного користувача, без урахування найбільш ефективного використання цієї власності або грошової суми, що могла б бути отриманою від її продажу.

Інвестиційна вартість – вартість, визначена з урахуванням конкретних умов, вимог та мети інвестування в об'єкт оцінки. Фактично дана вартість виражає індивідуальні (суб'єктивні) переваги інвестора.

Спеціальна вартість – сума ринкової вартості та надбавки до неї, яка формується за наявності нетипової мотивації або особливої зацікавленості потенційного покупця (користувача) в об'єкті оцінки.

Страхова вартість – вартість власності для визначення суми покриття за страховим договором або забезпечення вимог у зв'язку з втратою або пошкодженням застрахованих активів.

Оподатковувана вартість – вартість майна, що розраховується на базі визначень, які містяться у відповідних нормативних документах, що відносяться до оподаткування власності.

Заставна вартість – вартість активів, яку кредитна установа або інша організація, що займається фінансуванням на основі забезпечення певним майном, сподівається одержати від їх продажу на ринку за умов неплатоспроможності одержувача позики або невиконання ним інших боргових зобов'язань.

Залишкова вартість – балансова вартість об'єкта власності за винятком усіх видів зносу.

Вартість діючого підприємства – це вартість підприємства, що сформувалося, як єдиного цілого за умов його подальшого використання специфічним запланованим або існуючим способом.

Якщо ж передбачаються закриття підприємства та розпродаж окремих активів бізнесу, то важливо визначити його ліквідаційну вартість.

Ліквідаційна вартість – вартість, яка може бути отримана за умов продажу об'єкта оцінки у строк, що є значно коротшим від строку експозиції подібного майна, протягом якого воно може бути продане за ціною, яка дорівнює ринковій вартості (має місце, як правило, через банкрутство та відкритий продаж на аукціоні).

6.3. Принципи оцінки вартості підприємства

Виділяють три групи взаємозалежних принципів оцінки:

- 1) засновані на уявленнях власника;
- 2) пов'язані з експлуатацією власності;
- 3) обумовлені дією ринкового середовища:

Група принципів, пов'язаних з уявленням власника про майно, включає:

- Принцип корисності. Об'єкт власності має вартість тільки за умов його корисності для потенційного власника або користувача. Під корисністю в даному випадку розуміють здатність об'єкта власності задовольняти потребу власника в даному місці та протягом даного періоду часу.

- Принцип заміщення. Всі об'єкти власності, незважаючи на їхню розмаїтість, є порівняними з точки зору своєї здатності задовольняти певні потреби власника або генерувати йому дохід. Тому за придбання об'єкта не сплачується сума, більша від мінімальної ціни об'єкта такої ж корисності, який продається на ринку.

- Принцип очікування передбачає, що вартість об'єкта оцінки визначається розміром економічних вигод, які очікуються від володіння, користування, розпорядження ним. Інвестор вкладає кошти в об'єкт сьогодні, оскільки очікує від об'єкту власності отримання потоку доходів у майбутньому.

Таким чином, очікування – встановлення поточної вартості доходів або інших вигод, які можуть бути одержані в майбутньому від володіння власністю.

Група принципів, пов'язаних з експлуатацією майна, складається з:

- принципу факторів виробництва. Об'єкт власності є економічною системою, прибутковість якої визначається чотирма факторами виробництва: управлінням, працею, капіталом і землею;

- принципу залишкової продуктивності. Кожний з розглянутих вище факторів повинний бути оплачений (компенсований) з чистого доходу, що створюється завдяки використанню об'єкта власності (табл. 6.1).

Таблиця 6.1 – Фактори виробництва та їх компенсація

№ з/п	Найменування фактора	Компенсація
1.	Праця	Заробітна плата
2.	Капітал	Прибуток
3.	Управління	Прибуток, заробітна плата менеджерів
4.	Земля	Рента (податки, орендна плата)

- принципу внеску. Внесок фактора – це частка вартості, на яку збільшується або зменшується вартість об'єкта оцінки внаслідок наявності або відсутності будь-якого фактора. Деякі фактори збільшують вартість майнового комплексу підприємства на величину, більшу за пов'язані з їх залученням витрати, а деякі зменшують;

- принципу збалансованості (пропорційності). Будь-якому об'єкту оцінки відповідають оптимальні суми факторів виробництва, при взаємодії яких досягається максимальна вартість цього об'єкта (точка рівноваги факторів).

Група *принципів, пов'язаних з ринковим середовищем*, включає:

- принцип попиту та пропозицій (відповідності) - відображає співвідношення пропонування та попиту на подібне майно. Якщо об'єкт оцінки не відповідає ринковим стандартам за технічним, технологічним рівнем, рівнем доходності або іншими вимогами, що висуваються до подібного майна за сучасних умов уданій місцевості, то його ціна буде нижче за середньоринкове значення;

- принцип конкуренції - означає, що коли прибуток на ринку аналогічних об'єктів власності перевищує рівень, необхідний для компенсації факторів виробництва, привабливість такого ринку зростає, загострюється конкуренція і, в свою чергу, знижується середній рівень чистих доходів;

- принцип зміни вартості - означає, що вартість об'єкта оцінки, як правило, змінюється під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів, що підвищують або знижують ступінь корисності такого об'єкта.

- узагальнюючим для всіх груп принципів, розглянутих вище, є *принцип найбільш ефективного використання*. Під найбільш ефективним

використанням розуміють таке використання майна, що забезпечує створення максимальної вартості об'єкта оцінки. При цьому вивчаються тільки ті варіанти використання майна, які є технічно можливими, дозволеними та економічно доцільними.

Питання для самоконтролю до теми 6:

1. Назвіть особливості потенціалу як об'єкта оцінки
2. Правові засади механізму оцінки в Україні
3. Сутність вартості й основні її класифікації.
4. Назвіть основні види вартості.
5. Охарактеризуйте основні принципи оцінки потенціалу підприємства.
6. Охарактеризуйте принципи оцінки, пов'язані з уявленням власника про майно.
7. Охарактеризуйте принципи, які пов'язані з умовами ринкового середовища.

ТЕМА 7. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Питання лекції:

- Загальна характеристика методичних підходів до оцінки вартості потенціалу підприємства
- Шість функцій грошової одиниці (складного процента)
- Класифікаційна характеристика інформації, яка приймає участь в оцінці потенціалу підприємства

Ключові поняття:

Грошовий потік. Часова оцінка грошових потоків. Ризик. Ставка доходу на інвестиції. Майбутня вартість одиниці. Поточна вартість одиниці. Поточна вартість анuitету. Періодичний внесок на погашення позики. Майбутня вартість анuitету. Періодичний внесок до фонду нагромадження. Доходний підхід до оцінки потенціалу підприємства. Ставка дисконту. Ставка капіталізації. Порівняльний підхід до оцінки потенціалу підприємства. Майновий підхід до оцінки потенціалу підприємства.

7.1. Загальна характеристика методичних підходів до оцінки вартості потенціалу підприємства

В теорії зміни вартості грошей застосовується часова оцінка грошових потоків. Процедура проведення такої оцінки ґрунтується на певних припущеннях:

- грошовий потік - це грошові суми, що виникають в певній хронологічній послідовності;
- грошовий потік, в якому всі суми розрізняються за величиною, називають звичайним грошовим потоком;
- грошовий потік, в якому всі суми рівновеликі та виникають через однакові проміжки часу, називають аннуїтетом;

- грошовий потік може виникати наприкінці, на початку та к середині періоду;
- дохід, одержуваний на інвестований капітал, з господарського обороту не вилучається, а приєднується до основного капіталу;
- часова оцінка грошових потоків враховує ризики, пов'язані з інвестуванням;
- ризик - це вірогідність отримання в майбутньому доходу, що співпадає з прогновною величиною;
- ставка доходу на інвестиції - це процентне співвідношення між чистим доходом і вкладеним капіталом.

7.2. Шість функцій грошової одиниці (складного процента)

Часова оцінка грошових потоків передбачає використання шести стандартних функцій складного процента:

1. Майбутня вартість одиниці (складний процент).

Розрахунки майбутньої вартості здійснюються за формулою

$$FV = PV(1 + r)^n. \quad (7.1)$$

де FV - майбутня вартість;

PV - первинний внесок (поточна вартість);

r - процентна ставка (ставка дисконту);

n - число періодів нарахування процентів.

Множник $(1 + r)^n$ називають фактором майбутньої вартості або фактором накопичення.

Дана функція дозволяє визначити майбутню вартість суми, яку має інвестор сьогодні, виходячи із ставки процента, терміну накопичення та періодичності нарахування процентів, що передбачаються.

Таким чином, використання даної функції передбачає нарахування процентів не тільки на суму первинного внеску, але і на суму процентів, які накопичуються наприкінці кожного періоду. Це можливо тільки за умов реінвестування нарахованих процентів, що збільшує суму основного капіталу.

2. Поточна вартість одиниці (дисконтування).

Поточна вартість одиниці є зворотною величиною відносно майбутньої вартості, тому процес її визначення називають дисконтуванням, а її розрахунки для суми FV ведуться за формулою

$$PV = \frac{FV}{(1+r)^n}. \quad (7.2)$$

Величину $\frac{1}{(1+r)^n}$ називають дисконтним множником або фактором поточної вартості.

3. Поточна вартість аннуїтету.

Оскільки аннуїтет становить собою особливий грошовий потік, представлений однаковими сумами через однакові часові інтервали, то відносно інвестора він може бути як вихідним (наприклад, здійснення періодичних однакових платежів), так і вхідним грошовим потоком (наприклад, регулярні надходження фіксованих сум орендної плати).

Крім того, залежно від моменту здійснення першого аннуїтетного платежу розрізняють звичайний та авансовий аннуїтет. Звичайний аннуїтет визначається як сума рівновеликих платежів, що здійснюються наприкінці періоду. Авансовий аннуїтет має місце за умов часового збігу першого платежу з депонуванням основної суми внеску.

Формула для розрахунку звичайного аннуїтету має вигляд

$$PVA = A \times \frac{1 - (1+r)^{-n}}{r}, \quad (7.3)$$

де PVA - поточна вартість аннуїтету;

A - платіж n -го періоду.

Множник $\frac{1-(1+r)^{-n}}{r}$ називають дисконтним множителем аннуїтету,

фактором поточної вартості аннуїтету або фактором Інвуда.

4. *Періодичний внесок на погашення позики (внесок на амортизацію одиниці)*

Ця функція виступає зворотною відносно поточної вартості аннуїтету і використовується для розрахунку фіксованої суми аннуїтетного платежу, якщо відомі його поточна вартість, кількість внесків і ставка дисконту. Під амортизацією в даному випадку розуміють процес погашення боргу за визначений період часу.

Розрахунок періодичного внеску на погашення позики (амортизацію одиниці) здійснюється за формулою

$$A = APV / \left[\frac{1-(1+r)^{-(n-1)}}{r} \right]. \quad (7.4)$$

Множник $1 / \left[\frac{1-(1+r)^{-(n-1)}}{r} \right]$ називається фактором внеску на

амортизацію одиниці або фактором внеску на погашення позики.

5. *Майбутня вартість аннуїтету (зростання одиниці за період)*

Використання цієї функції доцільно за умов визначення майбутньої вартості суми, яку буде накопичено за рахунок надходження аннуїтетних платежів при заданій процентній ставці.

Розрахунок майбутньої вартості звичайного аннуїтету здійснюється за формулою

$$FVA = A \times \left[\frac{(1+r)^n - 1}{r} \right], \quad (7.5)$$

де FVA - майбутня вартість аннуїтету;

Множник $\left[\frac{(1+r)^n - 1}{r} \right]$ називається фактором майбутньої вартості аннуїтету.

6. Періодичний внесок до фонду нагромадження (фактор фонді/відшкодування).

Дана функція є зворотною відносно майбутньої вартості аннуїтету та дозволяє визначити розмір грошового внеску, який слід періодично депонувати на рахунок, щоб через певний часу мати необхідну суму коштів при заданій ставці дисконту. Формула для розрахунку періодичного внеску до фонду нагромадження має вигляд

$$A = \frac{FVA \times r}{(1+r)^n - 1}. \quad (7.6)$$

Множник $\frac{r}{(1+r)^n - 1}$ називається фактором періодичного внеску до фонду нагромадження або фактором внеску до фонду відшкодування.

7.3. Класифікаційна характеристика інформації, яка приймає участь в оцінці потенціалу підприємства

Державне регулювання оціночної діяльності, відповідно до ст. 23 Закону України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» від 12 липня 2001 року, полягає в забезпеченні формування та розвитку інфраструктури оцінки майна в Україні, об'єктивності та законності її проведення, у тому числі відповідності оцінки майна нормативно-правовим актам з оцінки майна, впровадження в практику оціночної діяльності міжнародних норм та правил оцінки майна, забезпеченні суспільних інтересів у питаннях оцінки майна, створення конкурентного середовища серед суб'єктів оціночної діяльності – суб'єктів господарювання та навчальних закладів, що здійснюють професійну підготовку оцінювачів, проведення оцінки майна органами державної влади та органами місцевого самоврядування відповідно до законодавства.

Основним органом державної влади, який здійснює державне регулювання оціночної діяльності в Україні, є Фонд державного майна України.

До саморегулюючих організацій оцінювачів в Україні відноситься Українське товариство оцінювачів та Український інститут оцінки, які здійснюють повноваження з громадського регулювання оціночної діяльності.

Вся інформація, яка може бути корисна під час визначення вартості об'єкта, класифікується за такими основними ознаками:

1) *залежно від джерел виникнення:*

- зовнішня інформація характеризує загальноекономічні, галузеві, регіональні умови функціонування об'єкта. Основними джерелами зовнішньої інформації є програми уряду, законодавство, дані Держкомстату. інформаційні галузеві бюлетені, дані інформаційних служб, засоби масової інформації, бази даних мережі Internet, результати маркетингових досліджень відповідних відділів підприємства - об'єкта оцінки та його бізнес-план, а також особисті контакти оцінювача;

- внутрішня інформація характеризує безпосередньо діяльність об'єкта та його внутрішні бізнес-процеси.

2) за функціями управління:

- планова інформація;
- поточна інформація;

3) за часовим аспектом:

- ретроспективна інформація;
- поточна інформація;
- прогнозна інформація;

Інформація, що використовується в процесі оцінки, повинна відповідати таким вимогам:

- релевантності - відповідності кількості та якості інформації вимогам, обумовленим цілями проведення оцінки:

- достатності (повноти) - означає, що інформація повинна містити мінімальний, але достатній для ухвалення правильного рішення склад (набір показників);

- комплексності;
- актуальності;
- своєчасності;
- точності;
- вірогідності.

Питання для самоконтролю до теми 7:

1. Сутність часової оцінки грошових потоків.
2. Назвіть основні принципи визначення поточної вартості анuitету.
3. Сутність коефіцієнта капіталізації.
4. Охарактеризуйте методику розрахунку коефіцієнту капіталізації при проведенні оцінки потенціалу підприємства.
5. Охарактеризуйте економічну функцій шести функцій грошової одиниці.
6. Назвіть методи розрахунку ставки дисконту.

МОДУЛЬ 1.4. ОСОБЛИВОСТІ ПОЕЛЕМЕНТНОЇ ОЦІНКИ РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

ТЕМА 8. ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ ЗЕМЕЛЬНОЇ ДІЛЯНКИ, БУДІВЕЛЬ, СПОРУД

Питання лекції:

- Особливості нерухомого майна як об'єкта оцінки
- Порядок організації грошової оцінки землі по Україні
- Оцінка вартості землі
- Оцінка вартості будівель і споруд

Ключові поняття:

Нерухоме майно. Земля. Будинки та споруди як об'єкти нерухомого майна. Нормативно - грошова оцінка земельних ділянок. Експертна оцінка земельних ділянок. Оцінка вартості землі. Земельна рента. Капіталізація рентного доходу. Пряма й непряма капіталізація. Метод зіставлення цін продажу на подібні ділянки. Фактори, що впливають на вартість земельної ділянки. Метод залишку для землі. Метод середньозваженого коефіцієнта капіталізації. Метод розбивки земельної ділянки. Оцінка вартості будівель і споруд. Метод капіталізації доходів. Метод дисконтованих грошових доходів. Вартість реверсії. Відновлювальна вартість. Вартість заміщення. Фізичний знос. Функціональний знос. Зовнішній знос. Метод "строку життя". Метод порівняння продаж. Поправки ціни об'єкта продажу. Метод валового рентного мультиплікатора.

8.1. Особливості нерухомого майна як об'єкта оцінки

Нерухоме майно – це насамперед земля і земельні поліпшення, пов'язані зі зміною якісних характеристик земельних ділянок, зокрема з розміщенням на них будинків, споруд, об'єктів інфраструктури.

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, меліоративними системами, іншими матеріальними елементами, створеними працею людини.

Особливості землі як об'єкта оцінки зумовлюють залежність її вартості від якісних характеристик і властивостей, правового режиму, місця розташування, а також кон'юнктури ринку.

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 невіправного фізичного збитку;
- зношуються;
- в процесі оцінки їх вартості доцільне застосування узагальнюючих технічних характеристик, наприклад: 1 м² площі, 1 м погонний довжини;
- ринок нерухомості розвивається досить динамічно, тут найбільш сильно діє закон попиту та пропозиції, що сприяє застосуванню середніх цін для оцінки аналогічних об'єктів.

8.2. Порядок організації грошової оцінки землі по 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-III від 12 липня 2001 року, Закону України «Про оцінку земель» № 1378-IV від 11 грудня 2003 року, інших законів і нормативно-правових актів, прийнятих відповідно до них.

Залежно від мети та методів проведення грошова оцінка земель поділяється на такі види:

- нормативна;
- експертна.

Нормативно-грошова оцінка земельних ділянок - капіталізований рентним 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 і 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 па 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, та підлягає державній експертизі відповідно до діючого законодавства, а за результатами проведення експертної грошової оцінки земельних ділянок складається звіт, який підлягає рецензуванню в порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України.

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, то забезпечують збір та аналіз даних, проведення розрахунків і оформлення результатів у вигляді звіту.

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.

8.3. Оцінка вартості землі

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

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 втратами, 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 виробити на 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.

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 за формулою

$$B_3 = \frac{D}{K_{\text{кап}}}, \quad (8.1)$$

де B_3 - вартість земельної ділянки;

D - чистий операційний або рентний дохід;

$K_{\text{кап}}$ - коефіцієнт 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. Вартість земельної ділянки визначається як поточна вартість майбутніх доходів від її використання та продажу за формулою

$$B_3 = \sum_{i=1}^n \frac{D_i}{(1 + K_{\text{кап}})^n} + P, \quad (8.2)$$

де D_i , - очікуваний чистий операційний або рентний дохід за i -й рік;

P - поточна вартість реверсії (продажу в післяпрогнозному періоді);

n - період (у роках), який враховується при непрямій капіталізації чистого операційного або рентного доходу.

Коефіцієнт капіталізації визначається характерним співвідношенням між чистим операційним доходом за ціною продажу подібних земельних ділянок, шляхом розрахунку на основі норми піддачі па інвестований у земельну ділянку капітал, з урахуванням змін у вартості грошей або кумулятивним способом як сума безризикової 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.

До факторів, що впливають на вартість земельної ділянки, належать:

- правовий режим земельної ділянки;
- цільове призначення та функціональне використання земельної ділянки:
- умови продажу (вільний продаж, змушений продаж);
- дата продажу (різниця в часі між операціями з продажу, пов'язана зі зміною ринкових умов);
- місцезнаходження (відмінності у розташуванні земельних ділянок в різних природнокліматичних зонах, населених пунктах різної категорії та у межах населених пунктів у різних містопланувальних і економікопланувальних зонах згідно з містобудівною документацією);
- фізичні характеристики (розмір і конфігурація земельної ділянки та її інженерно-геологічні параметри: ухил поверхні, етап ґрунтів, режим ґрунтових вод та паводків, заболоченість, прояви небезпечних геологічних процесів);

- використання прилеглої території (функціональне використання прилеглих земельних ділянок, щільність населення, рівень інженерно - транспортної інфраструктури, стан довкілля).

Розглянуті методи оцінки земельних ділянок мають і модифікації.

Метод залишку для землі, який ґрунтується на виділенні та капіталізації чистого операційного доходу від використання земельної ділянки, що входить до складу нерухомого майна (земельна ділянка, будівлі та споруди), використання якого, в свою чергу, створює дохід для власника.

Для застосування методу залишку мають бути відомі:

- вартість будівель і споруд;
- чистий операційний дохід, отриманий від використання землі, будівель і споруд;
- коефіцієнти капіталізації для землі, будівель і споруд.

Метод середньозваженого коефіцієнта капіталізації, який ґрунтується на «пайовому» підході до оцінки. Розрахунки цим методом також виконуються в декілька етапів:

1. Приблизно розраховуються пропорції, у яких вартість нерухомості поділяється на вартість земельної ділянки та вартість будівель і споруд. Традиційно для цього використовуються 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 зі структури вартості об'єкта, тобто розподілу на вартість землі та вартість будівель і споруд, за формулою:

$$K_{\text{кан}_{\text{ср}}} = K_{\text{буд}} + \partial_{\text{буд}} + K_{\text{з}} + \partial_{\text{з}}, \quad (8.3)$$

де $K_{\text{кан}_{\text{ср}}}$ - середньозважений (загальний) коефіцієнт капіталізації;

$\partial_{\text{буд}}, \partial_{\text{з}}$ - частка будівель, споруд і земельної ділянки відповідно до загальної вартості.

3. Визначається вартість усього нерухомого майна методом капіталізації доходу

$$B_{HM} = \frac{ЧОД}{K_{кап_{cp}}}, \quad (8.4)$$

де B_{HM} - вартість усього нерухомого майна.

4. Вартість земельної ділянки розраховується за допомогою часткового коефіцієнта

$$B_3 = B_{HM} \times \partial_3. \quad (8.5)$$

Метод розбивки земельної ділянки. У процесі застосування методу виділяють наступні етапи:

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 передбачування продажів;

5. визначаються величини 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.

8.4. Оцінка вартості будівель і споруд

Три підходи для визначення вартості будівель і споруд, а саме: дохідний, порівняльний та витратний.

Використання *дохідного підходу* передбачає застосування таких основних методів:

- капіталізації доходів;
- дисконтованих 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.

Метод *дисконтованих 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. Таким чином,

$$B_{он} = \sum_{i=1}^n \frac{D_i}{(1+r)^i} + P, \quad (8.6)$$

де $B_{он}$ - вартість об'єкта нерухомості;

D_i - очікуваний дохід від володіння об'єктом за i -ий рік;

P - поточна вартість реверсії;

n - період (у роках), для якого прогнозується отримання доходів від володіння об'єктом.

Вартість реверсії може визначатися:

- а) шляхом прямої капіталізації грошового потоку останнього прогнозного року. Величина коефіцієнта капіталізації в такому випадку залежить від конкретних умов ринку аналогічних об'єктів;
- б) з використанням моделі Гордона.

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.

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.

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.

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 застарівання*, під яким розуміють втрату вартості об'єкта, викликану змінами в технології, через які об'єкт стає більш дорогим в експлуатації.

Зовнішній знос (економічне застарівання) – 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.

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

1. Сутність *методу* – «*строку життя*» полягає в припущенні, що втрати вартості об'єкта за рахунок фізичних руйнувань, функціонального застарівання та різних зовнішніх факторів пропорційні його віку. У цьому зв'язку в оцінній практиці прийнято виділяти:

- термін фізичного життя об'єкта ($C_{фж}$);
- термін економічного життя об'єкта ($C_{еж}$)
- ефективний вік об'єкта ($B_{рф}$);
- термін економічного життя, що залишився, ($C_{зал}$).

Метод розбивки при визначенні величини сукупного зносу (СЗ) передбачає окремі розрахунки за всіма видами зносу: фізичного (усуваного та неусуваного, $Z_{\text{фіз}}$), функціонального (усувного та неусуваного, $Z_{\text{функц}}$), зовнішнього ($Z_{\text{зовн}}$), та підсумовування результатів

$$CЗ = Z_{\text{фіз}} + Z_{\text{функц}} + Z_{\text{зовн}}. \quad (8.7)$$

Порівняльний підхід до оцінки нерухомості базується на порівняльному аналізі цін продажу об'єктів, подібних до об'єкта оцінки, та внесенні відповідних коректувань з метою урахування відмінностей між об'єктами-аналогами й об'єктом оцінки, у результаті чого визначається вартість останнього.

Порівняльний підхід представлений двома основними методами:

1. 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.

Відповідно до класифікації Харрісона (94) *елементи порівняння* - це:

- умови фінансування (розмір платежів за процентами, термін кредиту, величина та вартість закладеного майна);
- умови продажу (обставини, за яких продавець і покупець приймають свої рішення щодо продажу та придбання-конкретного об'єкта нерухомості);
- ринкові умови (активність ринку, стадія життєвого циклу об'єкта та ринкового сегмента в цілому);
- місце розташування (район розміщення (житловий, діловий, промисловий і т. ін.), екологічна привабливість, ступінь розвитку транспортної інфраструктури та комунікацій);
- фізичні характеристики (фізичні параметри, якість будівництва й експлуатації, функціональна придатність).

Поправками називаються коректування, які вводяться в ціну продажу об'єкта-аналога в процесі приведення його ціноутворюючих характеристик до характеристик оцінюваного об'єкта. Поправки можуть бути процентні та грошові.

2. Метод валового рентного мультиплікатора.

Валовий рентний мультиплікатор - це відношення продажної ціни об'єкта до потенційного або дійсного валового доходу, що отриманий від експлуатації об'єкта нерухомості.

$$BPM = \frac{ПВД}{Ц_{анал}}, \quad (8.8)$$

де BPM - валовий рентний мультиплікатор;

$Ц_{анал}$ - ціна продажу аналога.

Питання для самоконтролю до теми 8:

1. Назвіть особливості землі як об'єкта оцінки.
2. Сутність нормативної грошової оцінки землі.
3. Назвіть основні методи оцінки вартості земельних ділянок, будівель і споруд.
4. Принципи експертної грошової оцінки земельних ділянок.
5. Охарактеризуйте метод капіталізації доходів при оцінці вартості будівель і споруд
6. Наведіть класифікацію об'єктів нерухомості.

ТЕМА 9. ОЦІНЮВАННЯ РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ МАШИН ТА ОБЛАДНАННЯ

Питання лекції:

- Необхідність і об'єкти оцінки технічного потенціалу підприємства
- Класифікація об'єктів оцінки
- Використання доходного підходу при оцінці машин і обладнання
- Витратний підхід до оцінки машин і обладнання
- Порівняльний підхід в оцінці машин і обладнання

Ключові поняття: техніко – технологічний потенціал підприємства. Цілі оцінки машин і обладнання. Силові й робочі машини та обладнання. Енергетичне обладнання. Інформаційне обладнання. Транспортні засоби. Виробничий та господарський інвентар. Доходний підхід до оцінки машин і обладнання. Вартість відновлення. Вартість заміщення. Метод розрахунку за ціною однорідного об'єкта. Метод по агрегатного розрахунку. Трендовий метод оцінки. Метод ринкових порівнянь.

9.1. Необхідність і об'єкти оцінки технічного потенціалу підприємства

Техніко-технологічну основу будь-якого підприємства складають машини й обладнання, які в економічній літературі називаються також активною частиною основних фондів.

Три різних цілі оцінки машин і обладнання:

1) незалежна від інших видів майна оцінка машин і обладнання. Як об'єкт такої оцінки звичайно виступають окремі інвентарні одиниці, що являють собою закінчені предмети або комплекси предметів із усіма пристосуваннями, принадлежностями, що відносяться до об'єкта оцінки. Метою визначення їхньої ринкової вартості є купівля-продаж, надання в оренду, лізинг, заставу і т. ін. У цьому випадку має місце оцінка *«розсипом»*.

2) оцінка безлічі умовно-незалежних одна від одної одиниць машин і

обладнання як один з етапів оцінки (переоцінки) основних фондів. У цьому випадку має місце оцінка «*потоком*» або «*групова оцінка*»;

3) оцінка машин і обладнання як один з етапів оцінки підприємства в цілому (при його купівлі-продажу, перерозподілі прав власності або ліквідації).

За таких умов первинними об'єктами оцінки, як правило, виступають уже не окремі інвентарні одиниці, а цілі технологічні комплекси, що складаються з машин і допоміжних пристроїв з урахуванням наявних виробничо-технологічних зв'язків як між їх окремими елементами, так і з оточуючою їх інженерно-технічною інфраструктурою.

9.2. Класифікація об'єктів оцінки

Силові та робочі машини й обладнання – машини, інструменти, апарати та інші види обладнання, призначені для механічного, термічного та хімічного впливу на предмет праці з метою зміни його форми, властивостей, стану або положення. До цієї групи відносяться всі види технологічного обладнання, рахуючи автоматичні машини й обладнання для виробництва промислової продукції, обладнання сільськогосподарське, транспортне, будівельне, торгове, складське, санітарно-гігієнічне, обладнання систем водопостачання та каналізації та інші види.

Енергетичне обладнання – генератори, що виробляють теплову й електричну енергію і двигуни, які перетворюють енергію будь-якого виду в механічну.

Інформаційне обладнання – призначене для перетворення, передавання та збереження інформації: обладнання систем зв'язку, засоби вимірювання та управління, засоби обчислювальної техніки й оргтехніки, засоби візуального й акустичного відображення інформації, засоби збереження інформації, театральнo-сценічне обладнання.

Транспортні засоби - пристрої, призначені для переміщення людей і вантажів (залізничний, водяний, автомобільний, повітряний, космічний, міський транспорт і засоби напільного виробничого транспорту).

Виробничий і господарський інвентар – предмети технічного призначення, що приймають участь у виробничому процесі, але не належать ні до машин, ні до обладнання. До них відносять ємності для збереження рідин, пристрої і тару для сипучих, штучних і тарно-штучних матеріалів, пристрої і меблі, що застосовуються для полегшення виробничих операцій, предмети конторського та господарського призначення, спортивний інвентар.

9.3. Використання доходного підходу при оцінці машин і обладнання

Доходний підхід в оцінці машин і обладнання базується на оцінці очікувань інвестора та передбачає розрахунок поточної (дисконтованої) вартості доходів, які за прогнозами можуть бути отримані від володіння об'єктом. Застосування методів дисконтованих 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.

9.4. Витратний підхід до оцінки машин і обладнання

При використанні *витратного підходу* вартість машин і обладнання визначається витратами на їх створення, придбання її установку. Цей підхід застосовується, в основному, під час оцінки спеціальних об'єктів, що не мають близьких аналогів.

Базою розрахунків у цьому випадку, так само як і під час оцінки будівель і споруд, є вартість відновлення або вартість заміщення, яка потім коректується на величину сукупного зносу.

Під *вартістю відновлення* машин і обладнання розумінні. вартість відтворення їх повної копії в поточних ціпах на дату оцінки або вартість придбання нового об'єкта, цілком ідентичного (функціонально, конструктивно та параметрично) об'єкту оцінки в помічних ціпах.

Вартість заміщення машин і обладнання – мінімальна вартість придбання аналогічного нового об'єкта в поточних цінах.

Витратний підхід до оцінки вартості (відновлення або заміщення) машин і обладнання реалізується в методах:

- розрахунку за ціною однорідного об'єкта ;
- по елементного (поагрегатного) розрахунку;
- індексному (трендовому);
- розрахунку вартості за укрупненими нормативами.

Метод розрахунку за ціною однорідного об'єкта заснований на коректуванні собівартості конструктивно подібного об'єкта виходячи з припущення, що величини собівартості виготовлення об'єкта оцінки й однорідного об'єкта формуються під впливом загальних виробничо-технологічних факторів.

Метод поелементного (поагрегатного) розрахунку використовується у випадках, коли гіпотетично оцінюваний об'єкт можна зібрати власними силами з наявних на ринку складових частин, ціни на які відомі.

Індексний (трендовий) метод оцінки. Застосування даного методу засновано на актуалізації базової вартості об'єкта оцінки (первісної балансової або відновлювальної вартості за попередньою переоцінкою) на дату оцінки за допомогою індексу зміни цін або динамічних рядів індексів цін для відповідної групи машин або обладнання за відповідний період.

$$B_{оц} = B_{баз} \times I, \quad (9.1)$$

де $B_{баз}$ - базова вартість об'єкта:

I - індекс (динамічний ряд індексів) зміни цін.

9.5. Порівняльний підхід в оцінці машин і обладнання

Порівняльний підхід передбачає визначення ринкової вартості на основі інформації про сформовані ціни на аналогічні машини й обладнання, угоди з купівлі-продажу яких не є одиничними. Даний підхід реалізується в таких методах:

1. *Метод ринкових порівнянь.* Практичне застосування цього методу передбачає:

- Аналіз ринку машин і обладнання та збір цінової інформації. Джерелами такої інформації можуть бути каталоги машин і обладнання, цінові довідники, газети, журнали.

- Довідкові ціни, розповсюджені через комп'ютерні мережі, біржові бюлетені, тендерна документація, періодичні виставки та ярмарки виробників машин і обладнання.

- Виявлення аналогів і визначення ступеня їх подібності з об'єктом оцінки. Основними вимогами, що висуваються до аналога, є його тотожність об'єкту оцінки за функціональним призначенням, повна кваліфікаційна подібність та часткова конструкторська подібність.

- Внесення поправок до цін аналогів і одержання підсумкової ринкової вартості об'єкта оцінки за формулою

$$B_o = B_{an} \times K_1 \times K_2 \dots \times K_n \times I, \quad (9.2)$$

де B_o - вартість об'єкта оцінки;

B_{an} - вартість аналога;

$K_1, K_2 \dots K_n$ - поправочні коефіцієнти;

I - індекс цін за період між датою оцінки і датою продажу аналога.

2. *Метод статистичного моделювання ціни* передбачає розгляд об'єкта оцінки як представника певної сукупності однорідних об'єктів з відомими

цінами. Для цієї сукупності розробляється парна (однофакторна) або багатофакторна регресійна модель залежності ціни від одного або декількох споживчих параметрів. Одержувана в результаті розрахунків середньостатистична ціна коректується за допомогою коректувальних коефіцієнтів.

Питання для самоконтролю до теми 9:

1. Об'єкти, цілі та особливості оцінки машин і обладнання.
2. Назвіть класифікація об'єктів оцінки за даним напрямком.
3. Назвіть основні принципи ідентифікації машин та обладнання в оціночній практиці.
4. Дайте визначення видів зносу машин і обладнання.
5. Сутність методу розрахунку за ціною однорідного об'єкта.
6. Сутність індексного методу оцінки.

ТЕМА 10. НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ ТА МЕТОДИ ЇХ ОЦІНЮВАННЯ

Питання лекції:

- Сутність і класифікація нематеріальних активів підприємства
- Особливості оцінки вартості нематеріальних активів
- Доходний підхід до оцінки вартості нематеріальних активів
- Застосування витратного підходу для оцінки деяких видів нематеріальних активів

Ключові поняття: нематеріальні активи. Інтелектуальна власність. Об'єкти інтелектуальної власності (ОІВ). Майнові права. Відкладені витрати. Гудвіл. Особливості вартісної оцінки нематеріальних активів. Доходний підхід відповідно до оцінки нематеріальних активів. Метод надлишкового прибутку. Метод виграшу в собівартості. Метод "звільнення від роялті". Метод вихідних витрат. Метод відновлювальної вартості. Метод порівняння продажів.

10.1. Сутність і класифікація нематеріальних активів підприємства

Нематеріальні активи являють собою різного роду права та привілеї, які забезпечують власникам певний дохід або іншу користь, мають вартість, аїе не мають матеріально-речовинного змісту.

За складом нематеріальні активи підрозділяють на чотири основні групи:

1. *Інтелектуальна власність* – виключне право фізичної або юридичної особи на результати інтелектуальної діяльності та прирівняні до них засоби індивідуалізації юридичної особи, індивідуалізації продукції, виконуваних робіт або 11 ослу г (фірмове найменування, товарний знак, знак обслуговування).

До інтелектуальної власності відносять:

- об'єкти інтелектуальної власності (ОІВ), що охороняються патентами та свідоцтвами Укрпатенту: об'єкти промислової власності (винаходи, промислові зразки, корисні моделі, заходи для припинення несумлінної конкуренції),

засоби індивідуалізації (товарні знаки, знаки обслуговування та найменування місць походження товарів) і селекційні досягнення;

- об'єкти авторського права або суміжних прав: усі види наукових, літературних, художніх творів, програмні продукти для ЕОМ і бази даних;

- об'єкти прав на секрети виробництва («ноу-хау»), підтверджені документами підприємства.

- інші об'єкти, що охороняються ліцензійними, авторськими або іншими договорами на придбання прав на об'єкти інтелектуальної власності, укладені в порядку, встановленому законодавством.

2. *Майнові права* – права користування земельними ділянками, природними ресурсами, водними об'єктами, підтвердженням яких є ліцензія, орендні права.

3. *Відкладені, або відстрочені, витрати* – організаційні витрати, що здійснюються в момент створення підприємства (наприклад, витрати, пов'язані з утворенням юридичної особи - гонорари юристам за складання установчих документів, послуги за реєстрацію фірми).

4. *Гудвіл* може бути визначений як сукупність тих елементів бізнесу або персональних якостей, які стимулюють клієнтів продовжувати користуватися послугами даного підприємства або даної особи і приносять фірмі прибуток понад того, який потрібний для одержання розумного доходу на всі інші активи підприємства, включаючи дохід на всі інші нематеріальні активи, що можуть бути ідентифіковані й окремо оцінені. Часто гудвіл розглядається як вартість ділової репутації підприємства, його ділових зв'язків, популярності найменування, товарного знаку.

10.2. Особливості оцінки вартості нематеріальних активів

Особливостями вартісної оцінки нематеріальних активів є:

1) залежність величини вартості від обсягу переданих прав (повний обсяг прав, що належать правовласнику об'єктів інтелектуальної власності; виключні права, передані ліцензіатові без

збереження за ліцензіаром права на використання та права видачі ліцензій іншим особам за способами, строками та територіями використання; невиняткові права, передані ліцензіатові зі збереженням за ліцензіаром права на використання та права видачі ліцензій іншим особам за способами, строками та територіями використання);

2) можливість несанкціонованого використання для об'єктів, що не мають правового захисту (клієнтські відносини, виробничий досвід, навички менеджменту та маркетингу і т. ін.);

3) необхідність урахування можливості відчуження нематеріального активу;

4) обов'язкове проведення підготовчої роботи з організації оцінки нематеріальних активів, що складається з:

- обстеження об'єкта на предмет факту наявності матеріальних носіїв, що є об'єктами оцінки (письмові й образотворчі описи, креслення, схеми, зразки продукції, дискети, вінчестери ЕОМ, аудіо та відеокасети й інші носії);

- здійснення правової експертизи прав на інтелектуальну власність з метою ідентифікації наявності та дійсності охоронних документів, які ці права підтверджують (патентів, свідоцтв, ліцензійних договорів і угод, договорів переуступки прав, установчих договорів про передавання майнових прав у статутні капітали підприємств, договорів замовлення (фінансування) на створення об'єктів інтелектуальної власності сторонніми організаціями, замовлень на створення об'єкта на самому підприємстві в порядку службового завдання, контрактів або авторських ліцензійних договорів між підприємством і розроблювачами об'єкта інтелектуальної власності, актів прийому-передачі мри безоплатному передаванні прав на об'єкт інтелектуальної власності).

Так, патент України на винахід діє 20 років з дати надходження заявки в Укрпатент Державного департаменту інтелектуальної власності Міністерства освіти та науки (п. 4 ст. 6 Закону України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» від 15.12.1993 р. № 3687-XII). Патент на промисловий зразок діє протягом 10 років від дати подання заявки з можливістю продовження ще на 5

років (п. 5 ст. 5 Закону України «Про охорону прав на промислові зразки» від 15.12.1993 р. № 3688-ХІІ). Строк дії патенту на корисну модель складає 10 років від дати подання заявки (п. 4 ст. 6 Закону України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» від 15.12.1993 р. № 3687-ХІІ). Свідоцтва на товарний знак, знак обслуговування і найменування місць походження товару діють 10 років, причому можливо кількаразове продовження строку щораз на 10 років (п. 3 ст. 5 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів та послуг» від 15.12.1993 р. № 3689-ХІІ та п. 4 ст. 15 Закону України «Про охорону прав на зазначення походження товарів» від 16.06.1999 р. № 752-ХІІ). Авторське право діє протягом усього життя автора і 70 років після його смерті. Строк дії суміжних прав - протягом 50 років від дати першого запису виконання, першого опублікування фонограми (відеограми), першого публічного віщання передачі (ст. 28, 44 Закону України «Про авторське право і суміжні права» від 23.12.1993 р. № 3792-ХІІ);

- обґрунтування типу вартості, що визначається: вартість активу в складі майнового комплексу діючого підприємства, ринкова вартість, залишкова вартість заміщення;

- збір необхідної інформації, технічні (споживчі), експлуатаційні, екологічні й економічні характеристики об'єкта; джерела одержання доходів від його використання; галузі та напрямки застосування об'єкта за функціональними ознаками та способом застосування, географії збуту, місткості ринку збуту;

- прав і використання об'єкта; собівартість і ціна одиниці товару з використанням об'єкта.

10.3. Доходний підхід до оцінки вартості нематеріальних активів

У процесі оцінки нематеріальних активів використовують загальноприйняті підходи: доходний, 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 (табл. 10.1).

Таблиця 10.1 – Пріоритети застосування підходів до оцінки нематеріальних активів і ОІВ

Види нематеріальних активів і ОІВ	Застосовується у першу чергу	Застосовується у другу чергу	Застосовується рідко
Патенти і технології	Доходний	Ринковий	Витратний
Товарні знаки	Доходний	Ринковий	Витратний
Об'єкти авторського права	Доходний	Ринковий	Витратний
Кваліфікована робоча сила	Витратний	Доходний	Ринковий
Інформаційне програмне забезпечення менеджменту	Витратний	Ринковий	Доходний
Програмні продукти	Доходний	Ринковий	Витратний
Дистриб'юторські мережі	Витратний	Доходний	Ринковий
Базові депозити	Доходний	Ринковий	Витратний
Права за франчайзингом	Доходний	Ринковий	Витратний
Корпоративна практика і процедури	Витратний	Доходний	Ринковий

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.

Метод надлишкового прибутку застосовується для оцінки гудвілу 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.
3. Визначення середньоринкової доходності на активи або власний

капітал.

4. Розрахунок нормалізованого (очікуваного) прибутку підприємства за умов середньоринкової доходності активів (власного капіталу).

5. Розрахунок надлишкового прибутку як різниці скоректованого фактичного та нормалізованого прибутку.

6. Розрахунок вартості гудвілу за формулою

$$Г = \frac{\Pi - \bar{P} \times A}{K_{\text{кап}}}, \quad (10.1)$$

де $Г$ - вартість гудвілу;

Π - скоректований фактичний чистий прибуток підприємства;

\bar{P} - середньоринкова доходність па активи або власний капітал;

A - ринкова вартість активів (власного капіталу).

Економічний ефект за рахунок зниження сукупних витрат завдяки використанню нематеріального активу розраховується за формулою

$$Д = K \times (B_{\text{ЗМ}_{\text{б/вик}}} - B_{\text{ЗМ}}) + ДВ_{\text{ПОСТ}}, \quad (10.2)$$

де $B_{\text{ЗМ}_{\text{б/вик}}}$, $B_{\text{ЗМ}}$ – змінні витрати на одиницю продукції з використанням і без використання нематеріальною активу відповідно;

$ДВ_{\text{ПОСТ}}$ – різниця в постійних витратах без використання і з використанням нематеріального активу.

Саме цей економічний ефект лежить в основі методу виграшу в собівартості, ще знаходить широке застосування в сфері оцінки ноу-хау, але не застосується у випадках оцінки нових видів продукції - товарів, що раніше не вироблялися і не вводилися в обіг.

Метод «звільнення від роялті» передбачає розрахунок ліцензійних платежів на основі річних обсягів продажів. Розмір цих платежів (*роялті*) розраховується у відповідності зі сформованою практикою ліцензійних угод і являє собою процент винагороди за надання права використання об'єкта інтелектуальної власності.

10.4. Застосування витратного підходу для оцінки деяких видів нематеріальних активів

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

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

1. *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.

2. *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.

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 докладно описана щодо оцінки об'єктів нерухомості, машин і устаткування.

Питання для самоконтролю до теми 10:

1. Сутність інтелектуальної власності.
2. Наведіть класифікацію нематеріальних активів за правовою ознакою.
3. Наведіть класифікацію нематеріальних активів за ознакою цілісності.
4. Визначте роль та значення нематеріальних активів у господарській діяльності підприємства.
5. Охарактеризуйте застосування підходів до оцінки нематеріальних активів і ОІВ.
6. Назвіть методи доходного підходу щодо оцінки нематеріальних активів.

ТЕМА 11. ТРУДОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА Й МЕТОДИ ЙОГО ОЦІНЮВАННЯ

Питання лекції:

- Сутність кадрового потенціалу підприємства
- Особливості вартісної оцінки кадрового потенціалу
- Ефективність використання кадрового потенціалу

Ключові поняття: кадровий потенціал. Складові кадрового потенціалу. Кількісні показники кадрового потенціалу. Якісні показники кадрового потенціалу. Індивідуальні професійні характеристики. Цілі вартісної оцінки кадрового потенціалу. Витратний і доходний підхід до оцінки кадрового потенціалу. Ефективність використання кадрового потенціалу.

11.1. Сутність кадрового потенціалу підприємства

Кадровий потенціал, що являє собою сукупність здібностей і можливостей кадрів забезпечувати досягнення цілей довгострокового (перспективного) розвитку підприємства.

Основними складовими, що формують кадровий потенціал підприємства, є:

- оплачувана праця найманих працівників по створенню товарів (послуг), що реалізуються на ринку;
- створювана оплачуваною працею працівників інтелектуальна власність (секрети виробництва, технології, патенти і т. ін.), що відображується в балансі підприємства, але не призначена для продажу як товар;
- створювана працівниками підприємства, але не оплачувана і, відповідно, не відбивана в балансі інтелектуальна власність у вигляді бізнес-ідей, а також ділові зв'язки й особистий імідж співробітників;
- організаційна культура підприємства - унікальна для кожної організації сукупність формальних і неформальних норм або стандартів поведінки, яким підкоряються члени організації; структура влади та її компетентність; система винагород і способів їхнього розподілу; цінності, унікальні для даної

організації; моделі комунікації; базисні переконання, що розділяються членами організації, які діють підсвідомо та визначають спосіб бачення себе й оточення.

До *кількісних* відносяться показники:

- чисельності працівників;
- професійно-кваліфікаційного складу кадрів;
- статевікового складу;
- середнього віку працівників;
- стажу роботи на підприємстві в цілому й у певній посаді;
- рівня ротації (руху) кадрів;
- укомплектованості підприємства кадрами (рівня заміщення посад) і т. ін.

До *якісних* показників відносяться;

- індивідуально-кваліфікаційний потенціал кожного працівника;
- індивідуальні професійні характеристики;
- соціально-психологічні й організаційні параметри групової динаміки:

групова згуртованість, соціально-психологічний клімат, організаційна культура та цінності підприємства.

Під *індивідуально-кваліфікаційним потенціалом працівника* розуміють його професійні характеристики, які визначаються відповідно до кваліфікаційних довідників посад керівників, фахівців, службовців і робітників. При цьому виділяють чотири рівні освоєння професійних знань, що впливають на рівень індивідуально-кваліфікаційного потенціалу працівника:

1-й рівень – працівник має загальне уявлення про предмет праці та професійних обов'язків;

2-й рівень – працівник знає основи тієї чи іншої професійної діяльності та розуміє галузь застосування цих знань;

3-й рівень – працівник має необхідні знання та вміє застосовувати їх на практиці;

4-й рівень – працівник має необхідні знання, вміє застосовувати їх на практиці та передавати ці знання іншим (уміє консультувати).

До *індивідуальних професійних характеристик* працівника також відносять:

- професійний досвід, що накопичується протягом багатьох років;
- соціально-психологічні властивості особистості, що мають безпосередній стосунок до професійної діяльності (контактність, самоконтроль, систематичність мислення та вчинків, ініціативність, здатність до навчання та розвитку, активність, гнучкість, переконаність, організаторські здібності та виконавські якості, рівень культури, система морально-етичних цінностей і ін.);
- конкурентоспроможність працівника – ступінь розвитку здібностей працівника, які використовуються в його професійній діяльності, та його готовність до реалізації можливостей підприємства. Цей параметр показує, якою мірою фізіологічні, професійно-кваліфікаційні, соціально-психологічні характеристики конкретного працівника відповідають вимогам, що висуваються до даної категорії працівників на ринку праці й відображують кон'юнктуру попиту та пропозиції на робочу силу певної якості.

11.2. Особливості вартісної оцінки кадрового потенціалу

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.

Два найпоширеніші підходи до визначення вартості кадрового потенціалу:

1. 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.

Крім того, 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.

2. *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 середньогалузеві, то ця вартість певною мірою враховується через гудвіл.

11.3. Ефективність використання кадрового потенціалу

Ефективність використання кадрового потенціалу підприємства можна представити як співвідношення результату, що характеризує ступінь досягнення мети (економічної, соціальної), до кількості і якості реалізованих здібностей персоналу з його досягненнями.

Три основні системи критеріальних показників ефективності управління формуванням і реалізацією кадрового потенціалу:

1) система, заснована на кінцевих результатах діяльності підприємства, яка включає показники: прибуток до оподаткування, оподатковуваний, чистий прибуток, собівартість, рівень рентабельності, виручка від реалізації, обсяг

виробництва, якість продукції, строк окупності інвестицій, рентабельність інвестицій;

2) система, заснована на результативності, якості та складності трудової діяльності, яка включає показники: продуктивність праці, темпи зростання продуктивності і заробітної плати, частка фонду оплати праці в собівартості продукції, втрати робочого часу, процент браку, фондоозброєність праці, трудомісткість продукції, коефіцієнти складності праці, чисельність персоналу;

3) система, заснована на формах і методах роботи з персоналом, яка включає показники: плинність кадрів, рівень кваліфікації персоналу, рівень трудової дисципліни, професійно-кваліфікаційна структура, співвідношення виробничого й адміністративно-управлінського персоналу, соціальна структура персоналу, рівномірність його завантаження, витрати на 1 працівника, витрати на управління, соціально-психологічний клімат у колективі.

Питання для самоконтролю до теми 11:

1. Дайте визначення трудового потенціалу підприємства.
2. Наведіть класифікацію видових проявів трудового потенціалу підприємства.
3. Охарактеризуйте одиниці виміру трудового потенціалу.
4. Визначить структуру трудового потенціалу.
5. Назвіть методи оцінки ефективності використання кадрового потенціалу.
6. Сутність витратної концепції до оцінки вартісного потенціалу.

ТЕМА 12. ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ

Питання лекції:

- Необхідність та особливості оцінки вартості бізнесу
- Доходний підхід до оцінки вартості бізнесу
- Порівняльний (аналоговий) підхід до оцінки вартості бізнесу
- Майнові методи оцінки вартості бізнесу

Ключові поняття: необхідність оцінки. Майновий комплекс підприємства. Майновий потенціал вартості. Доходний підхід до визначення вартості бізнесу. Майновий підхід. Метод дисконтування грошових потоків і капіталізації прибутку. Метод прямої капіталізації. Грошовий потік, що генерується всім інвестованим капіталом. Методи, засновані на аналізі надприбутку. Метод економічної доданої вартості. Технологія застосування порівняльного підходу до оцінки вартості підприємства. Метод компанії - аналога. Метод угод. Метод галузевих коефіцієнтів. Інтервальні мультиплікатори. Моментні мультиплікатори. Ліквідаційна вартість. Упорядкована ліквідаційна вартість. Примусова ліквідаційна вартість. Ліквідаційна вартість припинення існування активів підприємства.

12.1. Необхідність та особливості оцінки вартості бізнесу

До складу майнового комплексу підприємства входять усі види майна, призначеного для реалізації його цілей, для здійснення господарської діяльності, для одержання прибутку, а саме: нерухомість, машини, обладнання, транспортні засоби, інвентар, сировина, продукція, майнові зобов'язання, цінні папери, нематеріальні активи. При цьому елементи майнового комплексу взаємодіють у процесі реалізації цілей діяльності підприємства за допомогою використання кадрового потенціалу, який також має свою вартість.

Особливості бізнесу як об'єкта оцінки поєднуються в три традиційних підходи:

- доходний;

- порівняльний (ринковий);
- майновий (витратний, підхід з погляду акумуляції активів).

12.2. Доходний підхід до оцінки вартості бізнесу

Доходний підхід заснований на очікуваннях власника щодо майбутніх вигод від володіння бізнесом і відіграє домінуючу роль в оцінці його вартості, тому що бізнес за своєю суттю є одним з варіантів інвестування коштів, метою якого є одержання певного прибутку на вкладений капітал.

Сутність методів доходного підходу полягає в прогнозуванні майбутніх доходів підприємства на один або кілька років з наступним перетворенням цих доходів у поточну вартість підприємства.

Застосування методів *дисконтованих грошових потоків і капіталізації прибутку* найбільш обґрунтовано для оцінки підприємств, що мають визначену, бажано прибуткову історію господарської діяльності, знаходяться на стадії зростання або стабільного економічного розвитку.

Окремим випадком методів дисконтування грошових потоків за умов, що параметри потоку не змінюються, є *метод прямої капіталізації*. Базовою формулою розрахунків вартості підприємства за допомогою даного методу є відношення

$$ВП = \frac{ЧП}{K_{\text{кап}}}, \quad (12.1)$$

де *ЧП* - величина чистого прибутку, який отримано за останній звітний період або очікуваний в перший прогнозний період;

$K_{\text{кап}}$ - коефіцієнт капіталізації (методи розрахунку наведені в темі 5).

Грошовий потік, який генерується всім інвестованим капіталом, визначається за формулою

$$ГП_k = П(1 - ПП) + А - I - \Delta BOK + \Delta Z_o, \quad (12.2)$$

де $\Pi\Pi_k$ - грошовий потік для всього інвестованого капіталу підприємства;

Π - прибуток до виплати процентів по зобов'язаннях і до виплати податків;

$\Pi\Pi$ - ставка податку на прибуток;

I - інвестиції;

A - амортизація;

ΔBOK - зміна величини власного оборотного капіталу;

ΔZ_o - зміна довгострокових зобов'язань.

Грошовий потік, що генерується власним капіталом, розраховується за формулою

$$\Pi\Pi_{\text{вк}} = \Pi(\Pi - \Pi_3)(1 - \Pi\Pi) + A - I - \Delta BOK + \Delta Z_o, \quad (12.3)$$

де $\Pi\Pi_{\text{вк}}$ — грошовий потік для власного капіталу підприємства;

Π_3 - виплати процентів по зобов'язаннях.

Як видно з наведених формул, моделі грошового потоку для всього інвестованого капіталу та для власного капіталу відрізняються на величину виплачених процентів і отриманої за їх рахунок економії податку на прибуток.

Вартісна оцінка за допомогою *методів, заснованих на аналізі надприбутку*, базується на використанні не традиційного грошового потоку, а моделі економічної доданої вартості, величина якої надає уявлення про результати діяльності підприємства в будь-якому окремо взятому році, і бухгалтерської вартості всіх активів або власного капіталу.

Дана група включає два основних методи:

1. *Метод економічної доданої вартості* (EVA - Economic Value Added) розроблений С. Стюартом на початку 1990-х років.

Економічна додана вартість підприємства визначається за формулою

$$EDB = (PA - CBK) \times K, \quad (12.4)$$

або

$$EDB = \Pi \times (1 - \text{ПП}) - CBK \times K, \quad (12.5)$$

де EDB - економічна додана вартість (EVA);

PA - рентабельність активів (усього капіталу);

K - інвестований капітал (вартість активів підприємства).

Позитивне значення економічної доданої вартості свідчить про те, що підприємство збільшило свою вартість для власників у звітному періоді. І, навпаки, негативна величина економічної доданої вартості означає, що за звітний період підприємство не змогло покрити своїх витрат, і тим самим, зменшило свою вартість для власників.

2. *Метод Едвардса-Белла-Ольсона (ЕВО - Edwards-Bell-Ohlson valuation model)* заснований на побудові грошових потоків для власного капіталу підприємства з урахуванням його рентабельності та вартості.

Суть її полягає в тім, що вартість підприємства визначається наявними активами та «наддоходами». Формально величина вартості дорівнює сумі балансової вартості власного капіталу та дисконтованої вартості «надприбутку» на власний капітал (прибутку, який отримується завдяки перевищенню прибутковості підприємства над рівнем середньогалузевої прибутковості).

12.3. Порівняльний (аналоговий) підхід до оцінки вартості бізнесу

Порівняльний (ринковий) підхід заснований на тому, що аналогічні підприємства повинні продаватися за подібними цінами. Також, як і під час оцінки елементів майна, основною проблемою застосування цього методу в процесі оцінки вартості бізнесу є якісний вибір повної та достовірної інформації про

об'єкти порівняння, що в сучасних вітчизняних умовах господарювання далеко не завжди можливо.

Порівняльний (ринковий) підхід ґрунтується на використанні трьох основних методів:

1. *Метод ринку капіталу (компанії-аналога)* заснований на використанні ринкових цін акцій аналогічних підприємств, які котируються на фондовому ринку і є базою для внесення коректувань у вартість акції об'єкта оцінки. Сферою застосування даного методу в чистому вигляді є оцінка неконтрольних пакетів акцій.

2. *Метод угод (продажів)* дозволяє оцінити вартість підприємства в цілому або вартість контрольного пакета його акцій. Суть даного методу зводиться до того, що вартість об'єкта оцінки являє собою скоректовану продажну ціну аналогічного підприємства за умов їхньої порівнянності.

3. *Метод галузевих коефіцієнтів* називають також методом галузевих співвідношень або правилом «золотого перетину». Використання даного методу можливе за умов наявності стабільних галузевих співвідношень між ціною та певними фінансовими показниками. Метод забезпечує лише орієнтовний результатному що галузеві коефіцієнти уніфікують об'єкт оцінки.

До *інтервальних мультиплікаторів* належать співвідношення:

- ціна/прибуток (як показник прибутку може виступати прибуток до оподаткування (якщо об'єкти порівняння – дрібні підприємства, що використовують різні системи оподаткування) або чистий прибуток (якщо об'єкти порівняння - великі за розміром і масштабом діяльності підприємства));
- ціна/грошовий потік (забезпечує більш достовірні результати під час оцінки підприємств, в активах яких переважає нерухомість, збиткових підприємств або таких об'єктів, що мають відносно низький дохід у порівнянні з амортизацією, що нараховується на необоротні активи);
- ціна/ дивідендні виплати (як знаменник можуть використовуватися фактичні дивідендні виплати або потенційні (типові дивідендні виплати для аналогічних підприємств). Розрахунки за даним мультиплікатором доцільні,

якщо дивіденди виплачуються стабільно або можливість їх виплачувати достатньо обґрунтована);

- ціна/виручка від реалізації (сферою його застосування є оцінка підприємств сфери послуг або перевірка об'єктивності результатів, отриманих за допомогою інших способів. Розрахунки мультиплікатора не потребують проведення складних коректувань).

Моментними мультиплікаторами вважаються співвідношення:

- ціна/балансова вартість активів (сфера застосування - оцінка холдингових компаній, необхідність швидко реалізувати великий пакет акцій);
- ціна/ чиста вартість активів (сфера застосування - оцінка підприємств, що мають значні вкладення у власність (нерухомість, цінні папери, обладнання), або основною діяльністю яких є збереження, купівля та продаж такої власності).

12.4. Майнові методи оцінки вартості бізнесу

Майновий підхід до оцінки вартості бізнесу заснований на визначенні суми витрат ресурсів на його відтворення або заміщення з урахуванням факторів фізичного та морального зносу. Цей підхід найбільш ефективний, коли покупець збирається порівняти витрати на придбання бізнесу з витратами на створення аналогічного підприємства.

Даний підхід представлений двома основними методами:

- методом вартості чистих активів;
- методом ліквідаційної вартості.

Ліквідаційна вартість являє собою чисту грошову суму, яку власник підприємства може одержати від ліквідації підприємства, роздільному розпродажу його активів і після розрахунків з усіма кредиторами.

Оцінка ліквідаційної вартості знаходить застосування в наступних ситуаціях:

- у випадку банкрутства та ліквідації підприємства;
- з метою проведення санації підприємства;

- у випадку фінансування реорганізації підприємства або фінансування підприємства боржника;
- з метою розробки плану погашення заборгованості підприємства, яке опинилося під загрозою банкрутства;
- для проведення експертизи заявок на купівлю підприємства боржника;
- з метою аналізу та виявлення можливості виділення окремих виробничих потужностей підприємства в економічно самостійні організації.

Ліквідаційна вартість підрозділяється на три види:

- *упорядкована ліквідаційна вартість*. Розпродаж активів підприємства здійснюється протягом періоду часу, достатнього для того, щоб можна було одержати високі ціни за активи, що виставляються до продажу. Для найменш ліквідної нерухомості підприємства цей період складає близько двох років;
- *примусова ліквідаційна вартість*. Активи розпродаються настільки швидко, наскільки це можливо, часто одночасно і на одному аукціоні;
- *ліквідаційна вартість припинення існування активів підприємства*. У такому випадку активи підприємства не розпродаються, а списуються та знищуються, а на даному місці будується нове підприємство, що забезпечить за прогнозами значний економічний або соціальний ефект. За таких умов вартість підприємства є негативною величиною, тому що здійснюються певні витрати на ліквідацію активів підприємства.

Питання для самоконтролю до теми 12:

1. Охарактеризуйте загальну модель оцінки вартості бізнесу.
2. Назвіть основні методи оцінки вартості бізнесу.
3. Назвіть переваги й недоліки підходів до оцінки вартості бізнесу.
4. Основні принципи методу прямої капіталізації.

ТЕМА 13. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Питання лекції:

- Особливості оцінки потенціалу підприємства для моніторингу поточних можливостей

- Спеціальні випадки застосування оцінки підприємства

Ключові поняття: моніторинг поточних можливостей. Базові принципи моніторингу. Моделювання потенціалу підприємства. Графоаналітична модель потенціалу підприємства. Спеціальні випадки застосування оцінки потенціалу підприємства.

13.1. Особливості оцінки потенціалу підприємства для моніторингу поточних можливостей

Моніторинг поточних можливостей підприємства можна визначити як систему постійного спостереження за реалізацією внутрішніх бізнес-процесів і компетенцій з метою виявлення відповідності результатів, що досягаються, результатам, що очікувались (планувались).

Таке постійне спостереження передбачає збирання, обробку, зберігання та розповсюдження зацікавленими особами інформації про наявний сукупний потенціал, окремі його елементи та рівень його реалізації.

За умов правильної організації така система дозволяє оцінити стан об'єкта в будь-який момент часу та забезпечити необхідні умови для прогнозування його розвитку.

Є декілька базових принципів, серед яких можна виділити такі ключові:

- цілісність;
- оперативність;
- пріоритет управління;
- відповідність цілей моніторингу засобам його організації;
- націленість на проноз;

- несуперечність.

Моделювання являє собою процес вивчення складних систем через конструювання поведінки їх елементів. Побудова моделі потенціалу здійснюється з дотриманням таких основних вимог:

- необхідність забезпечення чіткого визначення поточних реалізованих і нереалізованих можливостей збуту, виробництва, постачання, фінансування, динаміки їх реалізації з урахуванням внутрішніх взаємозв'язків;
- обов'язкова наявність критеріїв, що дозволяють вивчити якість реалізованих можливостей відповідно до ринкових вимог;
- забезпечення можливостей вивчення причин уповільнення темпів реалізації потенціалу та відставання від запланованого рівня, рівня конкурентів;
- забезпечення можливості вивчення характеру внутрішніх комунікацій;
- наявність критеріїв раціональності функціонування окремих елементів потенціалу та їх взаємодії.

Крім побудови математичних моделей та організації на їх основі моніторингу поточних можливостей, доцільним є конструювання графоаналітичних моделей.

Графоаналітичні моделі мають перевагу наочності результатів і дозволяють швидко отримати інформацію щодо проблемних елементів потенціалу.

13.2. Спеціальні випадки застосування оцінки підприємства

Спеціальними випадками застосування оцінки підприємства (бізнесу) вважаються:

1. Порядок *викупу пайів* закритих компаній визначається, як правило, установчими документами, а для оцінки вартості паю, то викупається, існують такі можливі варіанти:

- компенсація за пай дорівнює номінальній вартості початкового внеску;
- викуп товариством паю здійснюється за його номінальною вартістю,

індексованою на рівень інфляції, який склався за період володіння паєм;

- компенсація за пай дорівнює його номінальній вартості, збільшеній на капіталізовані (не розподілені раніше) прибутки, пропорційні величині пайового внеску;

- вартість паю дорівнює його ринковій вартості, що розраховується як пропорційна частка від загальної ринкової вартості підприємства.

Найбільш обґрунтованим для власника паю та привабливим для інвесторів є останній варіант. Оцінка ринкової вартості за таких умов здійснюється з використанням загальноприйнятих в оцінній практиці підходів із подальшим узгодженням отриманих за допомогою різних методів результатів.

Аналогічною є ситуація в закритих акціонерних товариствах, коли оцінюється вартість пакету акцій тих акціонерів, які виходять зі складу його засновників.

2. *Випуск нових акцій* є важливим засобом додаткового залучення капіталу в тому випадку, коли підприємство-емітент спроможне реінвестувати кошти, отримані з фондового ринку, в проекти, ефективність яких доведена.

3. *В процесі підготовки підприємств до приватизації враховують такі аспекти:*

- Ціна, за якою підприємство (або частки участі в ньому) пропонується до продажу, не повинна бути заниженою, щоб не завдати прямих майнових збитків державі (державному або місцевому бюджету) або завищеною, щоб строк експозиції підприємства не перевищував максимально можливий через відсутність покупців (інвесторів). Визначення такої ціни передбачає, перш за все, використання методів майнового підходу до оцінки.

- Якщо відомі потенційні покупці (інвестори), то оцінка підприємства, що приватизується, здійснюється відповідно до планів розвитку, ділових можливостей і інформованості покупців (інвесторів), тобто оцінюється вже не

ринкова вартість, а інвестиційна з урахуванням вимог конкретного інвестора.

- Якщо підприємство, що приватизується, знаходиться у стані банкрутства, то до його продажу можливе здійснення комплексу заходів з проведення санації, що впливатиме на величину вартості такого підприємства.

4. *Санація підприємств-банкрутів* (офіційних або фактично збанкрутілих) передбачає їх фінансове оздоровлення, спрямоване на підвищення продажної ціни. Особливістю оцінки таких підприємств є прогнозування їх оціночної вартості після виконання всього комплексу санаційних заходів, тобто прогнозування майбутньої обґрунтованої ринкової або інвестиційної вартості.

5. *Перевірка ціни пропозиції акцій* закритих акціонерних товариств пов'язана з існуванням можливості завищення або заниження акціонерами ціни своїх акцій з цілями, що суперечать цілям розвитку товариства.

Питання для самоконтролю до теми 13:

1. Назвіть складові процесу організації моніторингу.
2. Назвіть особливості оцінки потенціалу підприємства для моніторингу поточних можливостей.
3. Назвіть спеціальні випадки оцінки потенціалу.
4. Назвіть особливості оцінки підприємства під час приватизації.
5. Охарактеризуйте санаційні заходи, що змінюють вартість підприємства.

ТЕМА 14. РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА: ЗМІСТ, СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ ТА ПЕРЕДУМОВИ

Питання лекції:

- Поняття „розвиток”
- Типологія розвитку суб'єкта підприємництва

Ключові поняття: розвиток, розвиток суб'єкта господарювання.

14.1. Поняття «розвиток»

Поняття «розвиток» є одним з фундаментальних та надзвичайно широко використовуваних в різних галузях природничих, філософських, суспільних та економічних наук.

З філософської точки зору, розвиток означає незворотну, направлену, закономірну зміну матеріальних та ідеальних об'єктів. Тільки одночасне існування всіх трьох вказаних властивостей виділяє процеси розвитку серед інших змін: зворотність змін характеризує процеси функціонування; відсутність закономірності характерна для випадкових процесів катастрофічного типу; при відсутності направленості зміни не можуть накопичуватися, тому процес втрачає характерної для розвитку єдиної, внутрішньо взаємозв'язаної лінії.

З точки зору економіки, розвиток - це сукупність прогресивних та регресивних, керованих та некерованих процесів, які відбуваються в економіці на мікро- та макрорівнях і результатом яких є закономірні якісні, незворотні зміни, що відбуваються в економічних системах та серед учасників таких систем. Розвиток суб'єкта господарювання - це процес перманентної та незворотної зміни (удосконалення) підсистем та параметрів (складових) його діяльності, що має суттєвий характер, певну форму і позитивні наслідки для його життєздатності.

Найбільш повним та комплексним дослідженням проблематики розвитку на рівні підприємства, як складної керованої детермінованої системи, в умовах ринкової економіки стала монографія В.Г. Герасимчука „Розвиток підприємства: діагностика, стратегія, ефективність”, в якій вперше на рівні підприємства розмежовуються поняття функціонування, вдосконалення та розвиток, а також подаються їх відмітні характеристики. Розвиток розглядається як „...цілеспрямована діяльність підприємства, пов'язана з вдосконаленням процесів результативного розв'язання проблем соціального,

організаційного, економічного, техніко-технологічного, інших напрямків, що виникають під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів, через постійний перегляд стратегій, функцій, структур, за ініціативи каталізатора змін з застосуванням теорії мотивації, досліджень дією, раціональних та інших методів.

14.2. Типологія розвитку суб'єкта підприємництва

У сучасній економічній літературі прийнято виокремлювати різні типи розвитку суб'єкта підприємництва, узагальнююча характеристика яких наведена в (рис. 14.1).



Рис. 14.1 – Типологія розвитку суб'єктів підприємництва

1. *Залежно від характеру зміни якісних параметрів* – прогресивний (ознакою якого є набуття нової, більш високої якості усіх процесів функціонування підприємства та підвищення ефективності діяльності) та регресивний (ознакою якого є погіршення якісних параметрів діяльності).

2. *Залежно від швидкості розвитку* - еволюційний (проявом якого є поступове покращення параметрів функціонування) та революційний (проявом якого є стрімке набуття нової якості).

3. *Залежно від рівня ресурсного забезпечення розвитку* - екстенсивний (за рахунок розширення обсягу ресурсів, що обслуговують операційну та інвестиційну діяльність) та інтенсивний (для якого характерно більш ефективне використання наявного ресурсного забезпечення, зростання продуктивності використання трудових, матеріальних, фінансових та інших видів ресурсів).

4. *Залежно від збалансованості розвитку* - стійкий (збалансований) - ознакою його є забезпечення фінансової рівноваги підприємства, свідченням чого є відповідні значення показників фінансової стійкості та платоспроможності, а також нестійкий (незбалансований) - ознакою якого є погіршення фінансової стійкості та платоспроможності підприємства, втрата фінансової рівноваги.

5. *Залежно від порушення параметрів життєздатності* - безкризовий розвиток (дотримання і покращення усіх параметрів життєздатності), кризовий розвиток (суттєве та стійке погіршення параметрів життєздатності)» післякризовий розвиток (поступове відновлення параметрів життєздатності після подолання кризи).

6. *Залежно від типовості змін, що відбуваються у прогресі розвитку:* традиціоналістський розвиток, для якого характерні типові зміни в окремих підсистемах, процесах, функціях, продуктах страхової компанії, а також інноваційний розвиток, ознакою якого є впровадження інноваційних ідей та розробок, інноваційних змін в його технології, продуктах, процесах.

7. *Залежно від предметної царини змін:*

- продуктовий розвиток - зміни в складі та якості продуктів

підприємства (під продуктом розуміється продукція, товари, роботи, послуги, що реалізуються підприємством);

- територіальний розвиток - зміни географічного ринку збуту продукту;
- збутовий розвиток - зміни у системі просування продуктів;
- андерайтинговий розвиток - зміни ступеня ризикованості діяльності підприємства або системи управління ризиками, що притаманні діяльності підприємства;
- інвестиційний розвиток - зміни у структурі інвестиційного портфеля підприємства, які обумовлюють принципово нові можливості здійснення його діяльності;
- організаційний розвиток - зміни у системі управління підприємством;
- ринковий (конкурентний) розвиток - зміни ринкової позиції підприємства та його конкурентоспроможності тощо.

8. *Залежно від врахування стану зовнішнього середовища та нон 'юнктури ринку:* гнучкий розвиток, тобто зміни, що забезпечують гнучкість та адаптивність підприємства до змін зовнішнього середовища; негнучкий розвиток, який не враховує реалії зовнішніх соціально-економічних умов.

9. *Залежно від позитивності оцінки зміни параметрів діяльності:* позитивний розвиток, тобто зміни, які відповідають цільовій функції діяльності підприємства, та негативний розвиток, тобто зміни, що церешкоджають реалізації його цільової функції.

10. *Залежно від керованості процесами розвитку:* керований розвиток, тобто цілеспрямовані зміни, які плануються (проектуються) органом управління підприємством, та некерований (адаптивний, ситуативний) розвиток, тобто неочікувані зміни, що заздалегідь не плануються (проектуються), з'являються як наслідок виникнення певної ситуації (можливості), швидкої адаптації до зміни умов господарювання.

11. *Залежно від гармонійності*: гармонізований розвиток, при якому основні домінантні сфери діяльності підприємства розвиваються узгоджено одна до іншої (спрямованість та темпи змін пропорційні в обсягах та часі), що в комплексі забезпечує належне зростання ефективності господарювання та негармонійний розвиток, для якого характерною є асиметрія розвитку домінантних сфер, гіперболізація однією з складових діяльності, наслідком чого є неадекватне зростання кінцевих показників господарсько-фінансової діяльності, втрата стійкості функціонування в довгостроковій перспективі.

Питання для самоконтролю до теми 14

1. Розкрийте поняття «розвиток».
2. Охарактеризуйте типи розвитку суб'єкта підприємництва.

ТЕМА 15. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ РЕЗЕРВІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Питання лекції:

- Методичний інструментарій можливостей розвитку підприємства

Ключові поняття: визначення напрямів дослідження потенційних можливостей розвитку, формування системи об'єктів дослідження, що характеризують можливості розвитку підприємства, проведення експертної оцінка можливостей розвитку підприємств, визначення значущості окремих напрямів дослідження можливостей розвитку підприємства для його виживання, узагальнення індивідуальних оцінок перспектив розвитку підприємства.

15.1. Методичний інструментарій можливостей розвитку підприємства

Методичний інструментарій дослідження та оцінки можливостей розвитку підприємства є недостатньо розробленим та дискусійним.

Традиційно вважалося, що свідченням розвитку підприємства є зростання показників його господарсько-фінансової діяльності. Кількісну оцінку можливостей підприємства щодо збільшення обсягів своєї діяльності отримували у процесі планування (розробки системи планів розвитку підприємства). Цій проблемі присвячено багато дослідницьких та навчальних видань, в яких детально описані процедури та методи планування окремих показників господарсько-фінансової діяльності підприємства - виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), доходів, видатків, прибутку, матеріально-трудових та фінансових ресурсів, необхідних для їх досягнення.

Як відомо, останнім часом методичні підходи до проведення планових розрахунків докорінним чином змінилися. Зміни, які відбулися, пов'язані, по-перше, з розвитком та впровадженням у практику концептуальних положень стратегічного управління та планування, орієнтацією на стратегічні цілі та

завдання підприємства, стан та динамізм змін у зовнішньому середовищі, по-друге, концепції маркетингу, відповідно до якої виробнича діяльність підприємства не є визначальною, підприємство має орієнтуватися на задоволення потреб споживачів, обсяг та структуру попиту, що є запорукою успішної реалізації товарів (продукції, фінансової стійкості та кбйкурейто-спроможності підприємства.

Незважаючи на усвідомлення цих теоретичних положень (як цільових установок, які мають досягатися), в арсеналі практичного інструментарію планових розрахунків й досі переважають різноманітні методи планування від досягнутого (економіко-статистичний, факторно-аналітичний, індексний метод, метод еластичності, їхні різновиди та похідні), які „удосконалені” різноманітними експертними поправками та корегуючими коефіцієнтами на зіставність цін, умов зовнішнього середовища тощо.

Базуючись на загальній методології дослідження потенціалу (нереалізованих внутрішніх можливостей, потенцій), оцінка потенційних можливостей розвитку підприємства, що опинилося в кризовому стані, передбачає проведення зазначеної на рис. 15.1 роботи.

***1 етап** – визначення напрямів дослідження потенційних можливостей розвитку.* Напрями дослідження перспектив розвитку є індивідуальною характеристикою досліджуваного підприємства та обумовлюються специфікою його господарсько-фінансової діяльності. Доцільним визнається структурування дослідження за такими напрямками: перспективи збільшення обсягу діяльності (в торгівлі -обсягу товарообороту як результативного показника операційної діяльності торговельного підприємства), перспективи удосконалення ресурсного забезпечення діяльності (з окремих видів ресурсів - матеріальних, товарних, фінансових, трудових), перспективи удосконалення системи управління підприємством.

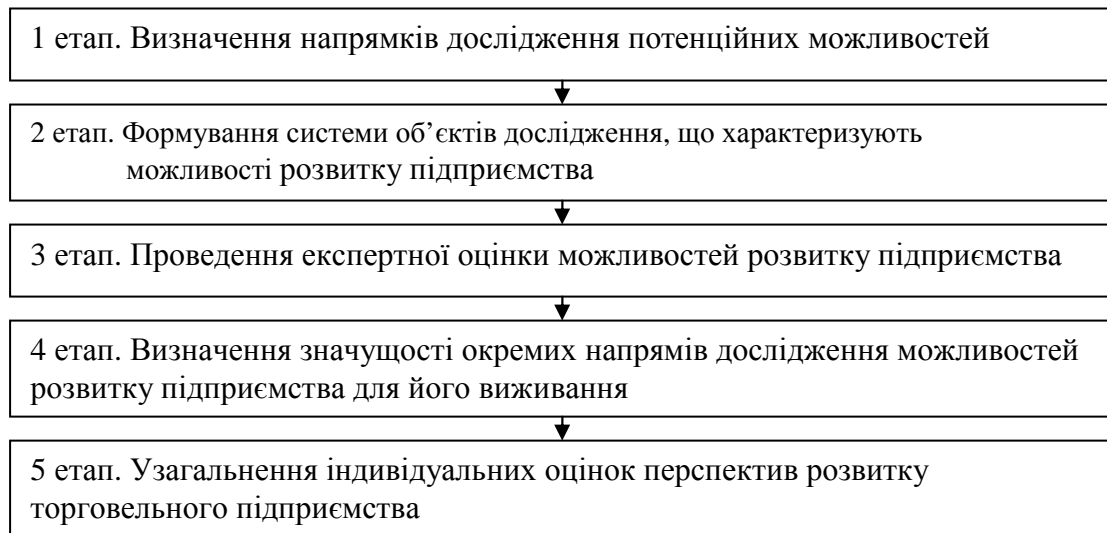


Рис. 15.1 – Концептуальна модель оцінки потенційних можливостей розвитку підприємства, що опинилося у кризовому стані

2 етап – формування системи об'єктів дослідження, що характеризують можливості розвитку підприємства. Можливості розвитку діяльності підприємства можуть бути охарактеризовані певною системою кількісних та якісних показників, набір яких формується індивідуально з врахуванням специфіки підприємства-об'єкта дослідження.

Розглянемо, як приклад, систему об'єктів дослідження, яка дозволяє оцінити можливості розвитку торговельного підприємства.

Оцінка перспектив розвитку обсягів торговельної діяльності (товарообороту) має базуватися на визначенні:

- перспектив зростання інтенсивності потоку покупців у районі діяльності підприємства;
- можливостей регіональної диверсифікації діяльності;
- можливостей збільшення широти, глибини та оновлення асортименту товарів, що реалізуються;
- можливостей забезпечення відповідності товарного асортименту до структури споживчого попиту, тобто закупівлі товарів, що користуються високим та сталим попитом;

- можливостей удосконалення форм та методів торговельного обслуговування запитів відповідно до „цільової аудиторії”;
- можливостей підвищення якості обслуговування тощо.

Удосконалення ресурсного забезпечення обумовлюється насамперед наявністю перспектив *удосконалення товарних ресурсів, тобто закупівельною діяльністю* торговельного підприємства, які визначаються:

- наявністю стійких зв'язків з відомими та стійкими у фінансовому відношенні постачальниками (виробниками) товарів;
- можливістю самостійного проведення зовнішньоекономічних операцій або доступу до імпортованих товарів на першому етапі їх руху в межах країни (закупівля безпосередньо в учасника зовнішньоекономічної діяльності, а не у посередника);
- можливістю використання системи цінових знижок, що пропонуються постачальниками (залежно від обсягів, ритмічності закупівлі, форми та часу оплати тощо);
- входженням підприємства до складу формальних та неформальних об'єднань підприємств, у складі яких є виробники товарів;
- можливістю торговельного підприємства здійснити інтеграцію „вперед” (організувати власне виробництво товарів або стати співвласником підприємства, що здійснює випуск необхідних товарів) тощо.

Визначення перспектив *удосконалення складу матеріальних ресурсів (матеріально-технічної бази) підприємства* потребує оцінки можливостей:

- збільшення „робочої” торговельної площі за рахунок внутрішнього перепланування, раціональності розподілу площі торговельної зали між окремими товарними секціями;
- зміни територіального розміщення підприємства та його структурних підрозділів;
- звільнення від основних фондів, які не використовуються у зв'язку з моральним зносом або спрацюванням (наявність попиту на них та позитивної ліквідаційної вартості);

- удосконалення складу діючих основних фондів шляхом придбання або отримання в лізинг сучасніших, потужніших (за потреби) та економічних у використанні (енергоспоживання, ремонтпридатність, матеріаломісткість використання тощо) видів обладнання.

Оцінюючи перспективи *розвитку фінансових ресурсів торговельного підприємства*, слід враховувати:

- можливості підприємства щодо залучення позикових фінансових ресурсів та їх обслуговування за рахунок грошових потоків, що генеруються у процесі основної діяльності;
- здатність до розробки ефективної дивідендної та емісійної політики;
- здатність до використання сучасних інструментів фінансового менеджменту для запобігання інфляційним та реальним втратам капіталу (обігових коштів), забезпечення їх швидкого та ефективного обороту, використання нетрадиційних форм та методів розрахунку, прискорення грошового обороту тощо.

Оцінка *перспектив розвитку трудових ресурсів* має передбачати дослідження можливостей залучення до підприємства необхідної кількості персоналу, що відповідає сучасним вимогам, насамперед управлінців середньої та вищої ланки, а також „впливових співробітників”, необхідних для доступу підприємства до найбільш значущих видів ресурсів, забезпечення ефективного використання наявних трудових ресурсів або зростання їхнього обсягу та якості.

Оцінка *можливостей удосконалення системи управління* підприємством потребує дослідження раціональності організаційної структури підприємства, спеціалізації існуючих функціональних управлінських підрозділів, стану організації планово-економічної роботи, маркетингу, менеджменту персоналу, бухгалтерського обліку, контролю за виконанням прийнятих рішень, рівня професійної підготовки та практичного досвіду менеджерів, ступеня впровадження інформаційних технологій управління тощо.

3 етап – проведення експертної оцінки можливостей розвитку підприємства. Для проведення експертної оцінки пропонується використовувати бальний метод. При використанні 5-бальної системи в основу оцінювання можуть бути покладені такі критерії: 0 - перспективи розвитку відсутні; 1 - незначні можливості розвитку; 2 - помірні можливості розвитку; 3 - середні можливості розвитку; 4 - добрі (суттєві) можливості розвитку, 5 - відмінні можливості розвитку.

З метою полегшення процедури оцінювання доцільно попередньо розробити фактор-карту оцінки, яка б відбивала ідентифікований стан кожного оцінювального показника.

4 етап — визначення значущості окремих напрямів дослідження можливостей розвитку підприємства для його виживання.

Окремі напрями дослідження певною мірою впливають на оцінку загальних можливостей розвитку підприємства. Оцінка коефіцієнта значущості кожного з них здійснюється за допомогою шкали рангів, наведеної у табл. 15.1.

Таблиця 15.1 - Шкала рангів значущості окремих аналітичних показників в оцінці перспектив розвитку підприємства

Величина рангу	Визначення	Пояснення
1	Незначні можливості	Характеристика показника привносить незначний вклад до досягнення мети
3	Помірні можливості	Характеристика показника надає помірні можливості для досягнення мети
5	Суттєві можливості	Характеристика показника суттєво впливає на досягнення мети
7	Значні можливості	Характеристика показника надає настільки сильні можливості для досягнення мети, що вони практично стають значними
9	Дуже сильні можливості	Між показником та метою існує очевидна залежність
2,4,6,8	Проміжні значення між двома сусідніми визначеннями	Використовуються в компромісному варіанті

Узгодження оцінки окремих елементів потенціалу виживання проводиться за допомогою методу «аналіз ієрархій» (MAI) або методу номінальної групи.

Як відомо, використання цього методу передбачає формування: матриці оцінки значимості окремих елементів потенціалу виживання, яка має наступний вигляд

	A_1	A_2	A_3	$\dots A_n$
A_1	$I_{11} = \frac{P_1}{P_1}$	$I_{12} = \frac{P_1}{P_2}$	$I_{13} = \frac{P_1}{P_3}$	$I_{1n} = \frac{P_1}{P_n}$
A_2	$I_{21} = \frac{P_2}{P_1}$	$I_{22} = \frac{P_2}{P_2}$	$I_{23} = \frac{P_2}{P_3}$	$I_{2n} = \frac{P_2}{P_n}$
A_3	$I_{31} = \frac{P_3}{P_1}$	$I_{32} = \frac{P_3}{P_2}$	$I_{33} = \frac{P_3}{P_3}$	$I_{3n} = \frac{P_3}{P_n}$
$\dots A_n$	$I_{n1} = \frac{P_n}{P_1}$	$I_{n2} = \frac{P_n}{P_2}$	$I_{n3} = \frac{P_n}{P_3}$	$I_{nn} = \frac{P_n}{P_n}$

де $A_1, A_2, A_3, \dots A_n$ сукупність елементів стратегічного потенціалу, що використовується для оцінки;

$I_{11}, I_{12}, I_{13}, \dots, I_{nn}$ показник оцінки ієрархії значимості;

$P_1, P_2, P_3, \dots P_n$ значення рангу значимості кожного показника оцінки;

n - загальна кількість показників оцінки, що використовуються.

Наведена матриця має властивості зворотної симетричності, тобто діагональ матриці представлена одиницями, а елементи матриці, розташовані справа та зліва від діагоналі - обернені числа

$$I_y = \frac{I}{I_y}. \quad (15.1)$$

Рішення матриці відбувається шляхом розрахунку „власного вектора*” кожного елемента стратегічного потенціалу.

Визначення „власного вектора” проводиться наступним чином:

- 1) розраховується геометрична середня показників оцінки ієрархії по кожному показнику оцінки

$$GC_{Ai} = \sqrt[n]{I_{1i} \times I_{2i} \times I_{3i} \times \dots \times I_{ni}}. \quad (15.2)$$

2) здійснюється нормування геометричних середніх окремих показників до їх загальної суми

$$BB_{Ai} = \frac{GC_{Ai}}{\sum_{i=1}^n GC_{Ai}}. \quad (15.3)$$

Експертиза отриманих результатів проводиться шляхом розрахунку індексу узгодження та коефіцієнта відношення узгодження індивідуальних оцінок. Індекс узгодженості (I_y) розраховується за формулою

$$I_y = \frac{(\lambda_{\max} - n)}{(n - 1)}, \quad (15.4)$$

де n - кількість елементів, які порівнюються;

λ_{\max} сукупне значення матриці оцінок, яке визначається за формулою

$$\lambda_{\max} = \sum_{j=1}^n b_j \sum_{i=1}^n a_{ij}, \quad (15.5)$$

де a_{ij} - елемент i рядка j -го стовпця матриці;

d_i - i -й елемент власного вектора оцінок.

Порівняння отриманого індексу узгодженості з нормативним значенням цього показника (випадковою узгодженістю) дозволяє оцінити коефіцієнт відношення узгодженості (КВУ)

$$KBV = \frac{I_y}{I_{y_{\text{норм}}}} \times 100. \quad (15.6)$$

Залежно від розміру матриці (кількості показників оцінки) нормативне значення індексу узгодженості дорівнює

n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
$I_{\text{унорм}}$	0	0	0,58	0,90	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49

Для коректності подальшого використання власних векторів значимості окремих показників значення коефіцієнта відношення узгодженості не повинно перевищувати 10% (в окремих випадках критична мета допустимості може бути підвищена максимум до 20%).

5 етап – узагальнення індивідуальних оцінок перспектив розвитку підприємства. Узагальнена оцінка перспектив розвитку підприємства може бути отримана за допомогою такої формули

$$YO = \sum_{i=1}^n BO_i \times Z_i, \quad (15.7)$$

де BO_i - бальна оцінка перспектив зростання i -го показника (чинника виживання);

Z_i - значущість i -го показника для загальної оцінки можливості виживання;

n - загальна кількість показників оцінки.

Чим більше значення має узагальнюючий коефіцієнт, тим кращі перспективи для виживання має підприємство.

Питання для самоконтролю до теми 15:

1. Оцінити потенційні можливості розвитку підприємства.
2. Оцінити перспективи розвитку фінансових ресурсів торговельного підприємства.
3. Визначення „власного вектора”.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Конституція України [Текст]: офіц.текст: [прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. із змінами, внесеними Законом України від 8 грудня 2004 р.: станом на 1 січня 2006 р.]. – К.: Мін-во Юстиції України, 2006. – 124 с. – ISBN 966-7630-14-5.
2. Господарський кодекс України [Текст]: офіц.текст: за станом на 20 січня 2007 р. – Х.: Одиссей, 2007. – 240с. – ISBN 966-633-516-6.
3. Постановление Кабинета Министров Украины №1554 от 12.10.2000 г. “Методичка оценки стоимости имущества во время приватизации”.
4. Постановление Кабинета Министров Украины №1440 от 10.09.2003 г. “Общие положения оценки имущества и имущественных прав”.
5. Постановление Кабинета Министров Украины №1891 от 10.12.2003 г. “Методика оценки стоимости имущества”.
6. “Нормы профессиональной деятельности оценщика” от 11.04.1995 г. Украинского общества оценщиков (редакция от 18.08. 1999 г.). – <http://uto.com.ua>.
7. Ансофф, И. Стратегическое управление [Текст] / И. Ансофф. Пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
8. Большой экономический словарь [Текст] / Сост. А.Б. Борисов. – 2-е изд. – М.: Книжный мир, 2006. – 860 с.
9. Володькина, М.В. Стратегический менеджмент [Текст]: уч. пособие. – К.: Знання – Прес, 2002. – 149 с.
10. Гавва, В.Н. Потенціал підприємства: формування та оцінювання [Текст]: навч. посібник / В.Н. Гавва, Е.А. Божко. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с.
11. Герасимчук, В.Г. Розвиток підприємства [Текст]: діагностика, стратегія, ефективність. – К.: Вища шк., 2002. – 266 с.
12. Голов, С. Принципи і проблеми обліку ділової репутації фірми (гудвіл) [Текст] // Бухгалтерський облік і аудит. – 1995. – №3. – С. 14-16.

13. Григорьев, В.В. Оценка предприятий. Имущественный поход [Текст]: учеб.-практ. пособие / В.В. Григорьев, И.М. Островкин. – М.: Дело, 2000. – 224с.
14. Добикіна, О.К. Потенціал підприємства: формування та оцінка [Текст]: навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 208 с.
15. Економіка підприємства [Текст]: підручник / За заг. ред. С.Ф Покропивного. – К.: КНЕУ, 2000. – 528 с.
16. Ковалев, А. П. Оценка стоимости активной части основных фондов [Текст]: учеб.-метод. пособие. – М.: Финстатин-форм, 1997. – 175 с.
17. Кононенко, І. Метод експрес-аналізу рівня конкурентоспроможності продукції [Текст] // Економіка України. – 1998. – №2. – С. 80-83.
18. Краснокутська, Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка [Текст]: навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 352с.
19. Круш, П.В. Оцінка бізнесу [Текст]: навч. посібник. – К.: ЦНЛ, 2004 р. – 264 с.
20. Мамаєва, Т.О. Конспект лекцій з дисципліни «Потенціал підприємства: формування та оцінка» [Текст] / Т.О. Мамаєва, В.І. Торкатюк; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.:ХНАМГ, 2007. – 143 с.
21. Учебное пособие для подготовки к сдаче квалификационного экзамена по экспертной оценке имущества, недвижимости, имущественных и неимущественных прав, бизнеса, техники и оборудования (категории А, В, С) / А. Мендрул, Ф. Пузип, И. Галкин, С. Скринько – К.: Эксперт-Л, 2000. – 323 с.
22. Драпіковський, О. Міжнародні стандарти оцінки: принципи, стандарти та правила [Текст] / О. Драпіковський, І. Іванова. – К.: УКРелс, 1999. –105 с.
23. Оценка машин, оборудования и транспортных средств [Текст]: учеб. пособие / Под ред. В.П. Антонова. – М.: Институт оценки природных ресурсов, 2001. – 392с.
24. Оценка рыночной стоимости машин и оборудования. Серия «Оценочная деятельность» [Текст]: учеб. пособие. – М: Дело, 1998. – 240 с.

25. Портер М.Е. Конкуренция [Текст]: учеб. пособие / М. Портер; пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 495 с.
26. Портер М.Е. Стратегія конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів [Текст] / М.Е. Портер; пер.з англ. – К.: Основи, 1998. – 390с. – ISBN 966-500-130-2.
27. Прасол, В.М. Економіка праці та соціально-трудоі відносини [Текст]: навч. посібник. – Х.: ХНАМГ, 2007. – 264 с.
28. Сопко, В. Бухгалтерский учет нематериальных активов [Текст]. – К., 1993. – 18 с.
29. Фатхудинов, Р.А. Инновационный менеджмент [Текст]: учебник, – 2-е изд. – М.: ЗАО Бизнес – школа "Интел – Синтез", 2000. – 624 с.
30. Федонін, О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка [Текст]: навч. посібник / О.С. Федонін, І.М. Рєпіна, О.І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2003. – 316с.
31. Федотова, М. А., Уткин З. А. Оценка недвижимости и бизнеса [Текст] / М. А. Федотова, З. А. Уткин. – М.: Тандем; Экмос, 2000. – 352 с.
32. Хомяков, В.І. Потенціал і розвиток підприємства [Текст]: навч. посібник / В.І. Хомяков, В.М. Белінська, О.В. Федоренко. – Черкаси: ЧДТУ, 2009. – 435 с.
33. Щербаков, В.А. Оцінка вартості підприємства (бізнесу) [Текст] / В.А. Щербаков, Н.А. Щербакова. – М.: Омега-Л, 2006. – 288с.

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

**КОВАЛЕВСЬКА Алла Володимирівна,
ФЕДОРОВА Вікторія Геннадіївна**

Конспект лекцій
з дисципліни

ПОТЕНЦІАЛ І РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

(для студентів 4-го курсу заочної форми навчання
галузі знань 0305 – «Економіка і підприємництво»,
напрямку підготовки 6.030504 – «Економіка підприємства»)

Відповідальний за випуск *А. Є. Ачкасов*

За авторською редакцією

Комп'ютерне верстання *І. В. Волосожарова*

План 2011, 242Л

Підп. до друку 24.03.2011 р.	Формат 60x84 /16
Друк на ризографі	Ум. друк. арк. 5,5
Тираж 50 пр.	Зам. №

Видавець і виготовлювач:
Харківська національна академія міського господарства,
вул. Революції, 12, Харків, 61002
Електронна адреса: rectorat@ksame.kharkov.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
ДК № 4064 від 12.05.2011 р.