УДК 665.9

К.В. ЛІЛЮК, НТУ «ХПІ», Харків, Україна
Д.В. КОРОБКОВ, канд. екон. наук, доц., НТУ «ХПІ», Харків, Україна

Інвестиційна оцінка вартості підприємства

Будь-який актив, як фінансовий, так і реальний, володіє певною вартістю. Для успішного інвестування та управління активами вимагається не тільки розуміння того, що таке «вартість», але і знання тих факторів, які на неї впливають.

Постулат, що лежить в основі здорового підходу до інвестицій, говорить: «ніякий інвестор не платить за актив більше того, що він стоїть». Отже, сприйняття вартості має ґрунтуватися на реальному положенні справ, а це передбачає, що ціна, що сплачується за будь-який актив, повинна відображати майбутні грошові потоки, які він може принести.

Інвестиційна вартість - вартість об’єкта оцінки, обумовлена виходячи з його прибутковості для конкретної особи при заданих інвестиційних цілях. Даний вид вартості визначається на основі індивідуальних вимог до інвестицій.

У вітчизняній практиці оцінки ватості майна найбільшого поширення дістали три методичні підходи до оцінки вартості підприємства Так, наприклад, на думку Есипова В.Е., Григор‘єва В.В., Грязнова А.Г. існують такі методичні підходи до оцінки вартості підприємства:

1.Доходний – підхід, що заснований на оцінці потоку майбутніх до ходів підприємства, тобто оцінка вартості підприємства, що ґрунтується на визначенні теперішньої вартості очікуваних вигод (доходів, грошових потоків) від володіння корпоративними правами підприємства.

Основні методи оцінки вартості підприємства доходного підходу: методи дисконтування грошових потоків;метод капіталізації прибутку;методи,що засновані на аналізі залишкового прибутку;метод EVA (Economic Value Added),та інші.

2.Майновий (витратний, підхід з погляду акумуляції активів) – підхід, що заснований на уявленні про підприємство як цілісний майновий комплекс, вартість якого визначається різницею між вартістю активів підприємства та його зобов’язаннями;

3.Порівняльний (ринковий) – підхід, що заснований на тому, що вартість підприємства – це реальна ціна продажу аналогічного підприємства,тобто розрахунок вартості підприємства відбувається на основі результатів його зіставлення з іншими бізнес-аналогами.