

Ровний Я. А.,
аспірант, ДВНЗ “КНЕУ імені
Вадима Гетьмана», Україна

Rovniy I. A.,
postgraduate, KNEU
n.a. V. Hetman, Ukraine

ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Систематизовано окремі елементи, що складають систему визначення вартості компанії. На основі цього сформовано обмежену кількість функціональних і цільових підсистем, які забезпечують формування самого механізму управління вартістю підприємства.

BASIC ELEMENTS OF ENTERPRISE VALUE MANAGEMENT MECHANISM

Certain elements, building up the system of enterprise evaluation are systematized. On this basis a narrowed quantity of functional and target-oriented subsystems are formed, that provide formation of the enterprise value management mechanism.

В умовах загострення конкурентної боротьби підприємств за капітал інвесторів підвищується значущість визначення методологічних основ формування перспективної концепції управління вартістю підприємством (value-based management, VBM). Враховуючи викладене, вважаємо, що на сьогодні актуальними є завдання щодо уточнення та розвитку концептуальних підходів до формування самого механізму управління вартістю підприємства.

Вважаємо за доцільне «механізм управління вартістю підприємства» визначити як складову частину процесу управління організацією в цілому, що представляє собою динамічну систему гармонійної взаємодії принципів, функцій та факторів формування вартості підприємства, а також технологій (методів і моделей) її оцінки з урахуванням інтересів зацікавлених сторін, що спрямована на системно інтегруючи координацію.

Основними елементами концепції побудови визначеного механізму, на наш погляд, є: змістовне визначення сутності вартісно-орієнтованого управління; обґрунтування мети, цілей, завдань та функцій управління вартістю; уточнення суб'єктів (учасники) та об'єктів VBM; розробка системи базових принципів вартісно-орієнтованого управління; диференціація технологій оцінки вартості підприємств (методів і моделей) з використанням системи збалансованих показників; виокремлення чинників формування вартості з метою з'ясування їх підпорядкованості, спрямованості дії та впливу на вартість; оцінка ефективності системи управління вартістю підприємства.

Цілі є невід’ємним елементом механізму управління вартістю на підприємстві. До виробничих цілей управління вартістю підприємства можна віднести збільшення обсягів реалізації продукції, зростання прибутковості та рентабельності; до фінансово-інвестиційних — оптимізація структури капіталу, зростання ліквідності та платоспроможності, покращення фінансової стійкості підприємства; до інноваційних — упровадження нових сучасних технологій виробництва та управління персоналом підприємства; до організаційних — створення організаційної структури, адаптованої до умов зовнішнього середовища; до маркетингових — утримання основної частини ринку, випуск нових видів продукції тощо. Виходячи з цілей, основне завдання VBM — побудувати таку систему управління, яка дозволяла б досягати поставленої мети — максимізації вартості компанії. Для досягнення мети VBM має сприяти виконанню таких функцій: планування, організування і координування діяльності усіх підрозділів; налагодження чи створення інформаційно-аналітичної системи для обміну інформацією для прийняття управлінських рішень, своєчасного звітування та інформування про темпи досягнення цілей підприємства; обліку, оцінювання, контролювання діяльності; моніторинг та своєчасне виявленні відхилень, регулювання діяльності. Основні об’єкти даної концепції визначаються сферою управлінського впливу — продукти/послуги, людський, клієнтський, процесний та інноваційний капітали підприємства тощо.

Суб’єкти вартісно-орієнтованого управління — особи, що приймають рішення і здатні впливати на процес формування вартості підприємства.

При розробці системи управління вартістю необхідно керуватися певними принципами, що описують як загальні правила управління вартістю, так і відношення менеджменту з іншими стейкхолдерами в процесі прийняття рішень. До таких принципів відносять: принцип системного підходу, принцип пріоритету людського чинника, принцип мінімізації соціально-психологічного супротиву; принцип достовірності; принцип застосовності тощо.

Визначені принципи передбачають вибір певних технологій (методів і моделей) і відповідних їм інструментів управління та оцінки вартості підприємства. Зокрема, до них можна віднести: інструменти організаційного управління, маркетингу: інформація, страхові послуги, торгівельна марка, ділова репутація тощо;

фінансові інструменти: капітал, резерви, інвестиції, обсяги продаж, чистий грошовий дохід, ставка дисконтування тощо.

Ефективне управління вартістю підприємства неможливе без виокремлення чинників формування вартості з метою з'ясування їх підпорядкованості, спрямованості дії та впливу на вартість для прийняття управлінських рішень, орієнтованих на її підвищення. Фактори створення вартості повинні бути обрані таким чином, щоб забезпечити прямий вплив на вартість підприємства, можливість моніторингу економічної ефективності та відображення перспектив підприємства.

Література

1. Коупленд Т. Стоимость компании: оценка и управление / Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Муррин. 2-е изд., стер. / Пер с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002. — 576 с.

2. Уолли К. Ключевые показатели менеджмента. Как анализировать, сравнивать, контролировать данные, определяющие стоимость компании / Пер. с англ. — М.: Дело, 2000. — 516 с.

Сабадирьова А. А.,
канд. екон. наук, доцент,
Салавеліс Д. Е.,
аспірант,
Одеський національний економічний університет, Україна

Sabadireva A. L.,
c.e.s. lecturer
Salavelis D. E.,
Graduate Odessa National
Economic University, Ukraine

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Визначено системний підхід до формування показників оцінки потенціалу підприємства. Запропоновано критерії і показники для оцінки показників на корпоративному і функціональному рівні управління.

SYSTEMIC APPROACH TO THE FORMATION OF ASSESSING POTENTIAL ENTERPRISE

Defined a systematic approach to the formation of indicators to measure the potential of the company. Criteria and indicators for assessing performance at the corporate level and functional management.

Зміни у світовій економіці стають глобальними, а конкуренція вимагає отримувати знання, що стають економічним ресурсом підприємства, коли нові технології визначають процеси інтегра-