

## **ВАРТІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Вартість постає економічною категорією, що утворює концептуальну базу управління підприємством та уособлює собою соціально-економічну вагомість потенціалу підприємства. Цей показник, на разі, потребують як самі суб'єкти господарювання, так і кредитори, інвестори, страхові компанії, державні органи тощо.

Англійський економіст Дж. Ст. Міль стверджував, що «предмет, до розгляду якого ми тепер збираємось приступити (тобто вартість), займає настільки важливе і помітне місце в політичній економіці, що в уяві деяких вчених його межі зливаються з межами самої науки».

Саме вартість є основою концепції управління підприємством, що акумулює у собі соціальну та економічну значимість як активів підприємства, так і інших об'єктів власності, стратегію, цілі та результати діяльності підприємства й використання його потенціалу.

Як економічна категорія, вартість поєднує у собі показники, що відображають зовнішнє оточення підприємства та внутрішню ситуацію. Результати діагностики вартості підприємства є актуальними при визначенні обсягів та стану потенціалу підприємства або ж в сукупності виробничих, фінансових, трудових, ринкових, інтелектуальних, інформаційних можливостей, що забезпечують створення підприємством конкурентних переваг та визначають перспективи його сталого розвитку.

Практика управління вартістю вітчизняних підприємств знаходиться в занепаді, оскільки їй приділяється незначна увага. Вітчизняні менеджери зосереджують свою увагу на питаннях завантаження виробничих потужностей, збуту продукції, ефективного формування та використання грошових потоків тощо. Вартість підприємств відходить на задні плани. Економічні проблеми та відповідна політика призводять до того, що вітчизняним підприємствам характерна низька інвестиційна привабливість. Інша практика за кордоном. Основними користувачами інформації щодо капіталізації підприємств є власники, управлінці, кредитори, інвестори, страхові компанії, державні органи тощо.

Підкреслимо, що система управління вартістю підприємства формується під впливом певних факторів, що прямо чи опосередковано впливають безпосередньо на вартість. Їх визначення та аналіз є необхідною складовою у забезпеченні ефективності діяльності підприємства, а при побудові системи управління вартістю підприємства – стає одним із ключових завдань, тому що ідентифікація чинників, що різною мірою впливають на вартість, визначення сили і пріоритетності їх впливу, дає можливість систематизувати завдання щодо управління даними факторами та, в майбутньому, досягти головної мети – максимізації вартості підприємства.

Захаркін О.О. стверджує, що фактором можна вважати будь-який параметр, який прямо чи опосередковано впливає на формування величини вартості. На думку науковця, для кожного підприємства таких факторів може бути безліч, тому для успішного управління вартістю потрібно не лише їх ідентифікувати, а й встановити їх пріоритетність, тобто силу впливу на цільовий показник вартості. Це необхідно зробити для того, щоб зосередити увагу на управлінні найбільш значущими факторами.

Фактори вартості підприємства представляють собою деяку змінну, від якої залежать результати господарювання, є випереджаючими індикаторами. Фактори вартості можуть бути як кількісними, так і якісними, як матеріальними, так і нематеріальними. Фактори вартості в обов'язковому порядку мають впливати на створення та нарощення вартості на всіх рівнях та сферах діяльності підприємства; враховувати як фінансові, так і операційні індикатори; мати вплив на потенціал господарювання підприємства, тобто включати як поточну діяльність підприємства, так і стратегічні орієнтири.

Балацький О.Ф. вважав, що основними факторами, що впливають на оцінку вартості підприємства є час та ризик. Так, ринкова економіка характеризується динамізмом, саме тому вартість підприємства як джерела доходів та витрат змінюється в часі під впливом багатьох факторів. Тому й оцінена вартість є актуальною лише на певний момент часу.

Отже, відзначимо, що сьогодні недостатньо уваги приділяється питанню як теоретичного, так, особливо, практичного вивчення вартості підприємства. Професор Л.В. Фролова зазначає про специфіку українських менеджерів, які більше турбуються питаннями виробництва та вірного спрямування грошових потоків, а не ринковою вартістю очолюваних ними підприємств. Наслідком цього є низька капіталізація та інвестиційна привабливість вітчизняних підприємств.