

УДК 657.92

Гончаренко О.М.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри бухгалтерського обліку
Київського національного торговельно-економічного університету

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

REGISTRATION PROVIDING OF MANAGEMENT COST OF ENTERPRISE

АНОТАЦІЯ

У статті проаналізовано різні підходи до розкриття сутності поняття «управління вартістю підприємства» і надано власне визначення. Визначені завдання управління вартістю як базового методу забезпечення стратегічної конкурентоспроможності бізнесу. Розроблено обліково-аналітичне забезпечення управління вартістю підприємства з метою задоволення потреб різних груп користувачів інформації. Запропоновано етапи впровадження системи управління вартістю на підприємстві.

Ключові слова: управління, вартість підприємства, ціна, користувачі інформації, інвестори.

АННОТАЦИЯ

В статье проанализированы разные подходы к раскрытию сущности понятия «управления стоимостью предприятия» и предоставлено собственное определение. Определены задания управления стоимостью как базового метода обеспечения стратегической конкурентоспособности бизнеса. Разработано учетно-аналитическое обеспечение управления стоимостью предприятия с целью удовлетворения потребностей разных групп пользователей информации. Предложены этапы внедрения системы управления стоимостью на предприятии.

Ключевые слова: управление, стоимость предприятия, цена, пользователи информации, инвесторы.

ANNOTATION

In the article the different going is analysed near opening of essence of concept «management the cost of enterprise» and own determination is given. The tasks of management a cost are certain, as a base method of providing of strategic competitiveness of business. The registration-analytical providing of management is developed the cost of enterprise with the purpose of satisfaction of necessities of different groups of users of information. The stages of introduction of control the system by a cost are offered on an enterprise.

Keywords: management, cost of enterprise, price, users of information, investors.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток економіки характеризується розширенням та поглибленням ринкових відносин за всіма видами економічної діяльності. Такі обставини обумовлюють проблему пошуку сучасних систем ефективного управління підприємствами. Незважаючи на наявність існуючих наукових результатів вирішення цієї проблеми, певні її аспекти не знайшли необхідного вирішення або потребують подальшої розробки. Перш за все це стосується використання комплексної системи управління підприємством на основі вартості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковий доробок із проблем управління вартістю підприємства значний і містить наукові праці таких відомих зарубіжних науковців, таких як: Р.Н. Холт [1], Е. Хеслоп [2], П. Цьомпа [3], а також вітчизняних і російських фахівців, таких

як: Я.А. Аркатов [4], В.Г. Белолипецький [5], Г.С. Вечканов [6], І.В. Івашківська [7], Т. Коупленд [8], М.В. Корягін [9], І.Й. Плікус [10], В.М. Тарасевич [11], Т.В. Теплова [12] та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Нині актуальним залишається питання ефективного управління вартістю за допомогою чинників, що фактично її визначають (задоволення споживачів, собівартість, капітальні вкладення тощо). Тому виникає необхідність розробки комплексної системи обліково-аналітичного забезпечення управління вартістю підприємства, що передбачає використання сукупності методів, прийомів, способів та систем показників для оцінки вартості підприємства та здійснення подальшого впливу на неї.

Цілі статті полягають у науковому обґрунтуванні та розробці концептуальних засад організації системи обліково-аналітичного забезпечення управління вартістю підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вирішення поставлених цілей потребує термінологічного дослідження понять «вартість підприємства» та «управління вартістю підприємства».

У сучасній економічній літературі існують різні трактування поняття «вартість підприємства».

Так, В.М. Тарасевич визначає вартість як грошове вираження цінності продукту, послуг, факторів виробництва в процесі обміну [11, с. 9].

Вартість як економічну категорію товарного виробництва, яка є уречевленою в товарі суспільною працею, визначають Г.С. Вечканов та Г.Р. Вечканова [6, с. 23].

В.Г. Белолипецький [5, с. 93] вбачає, що вартість підприємства є, з одного боку, показником сталого розвитку, а з іншого – індикатором узгодження інтересів різних груп учасників ринкових відносин.

Заслужовують на увагу запропоновані М.В. Корягіним [9, с. 26-27] підходи щодо визначення вартості підприємства, а саме:

- вартість підприємства як вартість майнового комплексу або сума вартостей усіх активів підприємства;
- вартість підприємства як рівноважна ціна;
- вартість підприємства як показник (критерій, параметр, величина) ефективності діяльності підприємства;

– вартість підприємства як складна система взаємовідносин підприємства із зовнішнім середовищем;

– вартість підприємства як вартість (оцінка) очікуваних грошових потоків;

– вартість підприємства як грошовий вимір (еквівалент) економічної цінності підприємства.

Виходячи з наведених визначень можна стверджувати, що вартість підприємства є вираженням ціни власності, включаючи витрати в конкретний момент часу.

Ефективне управління вартістю підприємства дозволяє доцільно перерозподіляти грошові потоки. Управління вартістю є одним із найважливіших інструментів ефективного ведення діяльності і незамінне при прийнятті рішень про придбання або реалізації активів.

Дослідження існуючих точок зору до розуміння сутності поняття «управління вартістю підприємства» дозволяє згрупувати основні підходи за такими ознаками [9, с. 30]:

– управління вартістю як певна управлінська концепція;

– розробки відповідних моделей управління вартістю;

– управління вартістю орієнтоване на стратегічний приріст вартості підприємства.

Науковці першого підходу, зокрема І.Й. Плікус та А.Г. Харін [10; 13], визначають процес управління вартістю як певну управлінську концепцію, що має чітко визначені параметри та механізм її реалізації в практичній діяльності підприємства.

Наступна група авторів [7; 8; 12] розкривають управління витратами на основі розробки моделей управління вартістю, які дозволяють здійснювати управління та оцінювання кожного із факторів генерування вартості у формування кінцевого показника вартості підприємства.

Третя група науковців [4; 14] передбачає, що усі елементи управління вартістю орієнтовані на стратегічний приріст вартості підприємства.

Намагаючись об'єднати різні погляди, можна стверджувати, що управління вартістю підприємства – це система методів впливу на внутрішні та зовнішні фактори підприємства з метою забезпечення його ефективності діяльності, інвестиційної привабливості за допомогою досягнення зростання його вартості.

Завдання управління вартістю як базового методу забезпечення стратегічної конкурентоспроможності бізнесу можна звести до наступного [15]:

1) базовою метою управління діяльністю підприємства на всіх рівнях його функціонування є підвищення вартості в інтересах власників та інших зацікавлених осіб;

2) ключовим джерелом вартості є грошовий потік підприємства, який може генерувати сьогодні і зможе генерувати в майбутньому;

3) приріст вартості кожного окремо взятого підрозділу є найважливішим критерієм ефективності керівництва на усіх рівнях.

Управління вартістю підприємства здійснюється поетапно з метою задоволення потреб різних груп користувачів інформації про вартість (рис. 1).

Базовим джерелом інформації для системи управління є система бухгалтерського обліку, що у подальшому знаходить свої відображення в фінансовій звітності підприємства. Оцінка є основним елементом бухгалтерського обліку, який дає змогу отримати інформацію про майно підприємства, його зобов'язання. Саме за допомогою оцінки бухгалтерський облік реалізує свою здатність до тлумачення інформації, перетворюючи вхідний потік на певну структуровану сукупність даних [16].

Тому *оцінка вартості підприємства* є основним етапом впровадження системи управління вартістю на підприємстві.

Методи, що дозволяють визначати вартість підприємства, можна розділити на декілька груп:

– вартості окремих активів, якими володіє оцінюване підприємство, що базуються на визначенні (майновий підхід);

– заснована на аналізі кон'юнктура фондового ринку (як біржового, так і позабіржового), а точніше, операцій, аналогічних оцінюваному (ринковий підхід);

– засновані на аналізі доходів оцінюваного підприємства (прибутковий підхід).

Майновий підхід дозволяє знайти відповідь на питання про вартість створення підприємства, аналогічного оцінюваному.

Ринковий, з одного боку, може розглядатися як перешкода для входження у галузь нових конкурентів, а з іншого боку, дозволяє визначити ціну, яку інвестори готові заплатити акціонерам за оцінюване підприємство.

Результат, що отриманий при використанні методу прибуткового підходу, відображає величину грошових коштів, які підприємство здатне отримати для своїх власників в майбутньому.

Зіставлення результатів, отриманих у ході застосування різних методів, дає можливість

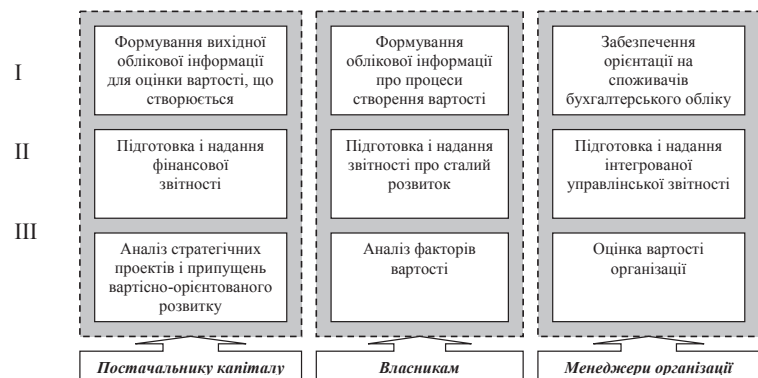


Рис. 1. Обліково-аналітичне забезпечення управління вартістю підприємства

Джерело: розроблено автором

отримати необхідну інформацію для менеджерів усіх рівнів, аніж застосування лише конкретно визначеного методу.

Наступним етапом впровадження системи управління вартістю на підприємстві є *визначення чинників вартості підприємства*.

На вартість підприємства впливають різні чинники, зокрема: цінова політика, стан виробничих потужностей, рівень конкуренції в галузі, надійність постачальників, нормативні акти, загальноекономічна ситуація в країні тощо.

Виділимо дві групи чинників впливу на вартість підприємства:

– зовнішні (виникають незалежно від системи менеджменту підприємства; проте це не означає, що настання тих або інших подій не можна було передбачати і прийняти заходи по мінімізації негативних наслідків);

– внутрішні (пов'язані з діями менеджменту, галузевою специфікою самого підприємства).

Отже, визначивши чинники та впливаючи на них, можна підвищити вартість підприємства.

Наступним етапом впровадження управління вартістю є *аналіз внеску підрозділів у вартість*.

Процес розподілення підприємства на бизнес-одиниці називається сегментацією. Можна виділити два основні підходи до сегментації:

– сегментація, заснована на характеристиках споживача товарів і послуг;

– бизнес-одиниці, засновані на знаннях, досвіді і технологіях, необхідних підприємству для виробництва тієї або іншої продукції.

Основна мета даного етапу – виявити бизнес-одиниці, що «створюють» і «руйнують» вартість. Якщо структурна одиниця руйнує вартість підприємства, необхідно прийняти рішення про розробку системи заходів, що дозволяють підвищити його прибутковість, або про продаж чи ліквідацію підрозділу. Але навіть якщо підрозділ забезпечує приріст вартості, важливо визначити, наскільки істотна ця вартість для підприємства, наскільки серйозний потенціал подальшого приросту вартості.

Загальна вартість бизнес-одиниць – це вартість підприємства в цілому, тому управління вартістю неможливе без ефективного контролю над вартістю окремих підрозділів.

Періодична оцінка та підготовка звітів з позиції управління вартістю є останнім етапом впровадження.

Інформація про результати діяльності підприємства, що розглядається крізь призму концепції управління вартістю, може через певні проміжки часу надаватися зацікавленим особам, зокрема акціонерам. Це робота, що постійно проводиться, зі збільшення інформаційної прозорості підприємства, тобто останній етап – це початок нового етапу системи управління вартістю підприємства.

Висновки. Наведені у статті рекомендації та пропозиції сприятимуть виробленню превентивних заходів щодо управління вартістю підприємства. Зокрема, запропоновано власне

визначення управління вартістю підприємства як систему методів впливу на внутрішні та зовнішні фактори підприємства.

Визначено завдання та розроблено обліково-аналітичне забезпечення управління вартістю підприємства з метою задоволення потреб різних груп користувачів інформації.

Розглянуто методи оцінки вартості підприємства та визначено, що жоден із них не є взаємовиключним, вони доповнюють один одного, а їх поєднання дозволяє отримати більш достовірну інформацію щодо вартості підприємства.

Застосування концепції управління вартістю не тільки здатне дати результати, пов'язані з поліпшенням фінансового стану підприємства, але й одночасно підтримує її надійний імідж в очах акціонерів та потенційних інвесторів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Холт Р.Н. Основы финансового менеджмента / Р.Н. Холт; пер. с англ. – М.: Букинист, 1995. – 128 с.
2. Хеслоп Э. Как оценить и продать свой бизнес / Э. Хеслоп; [пер. с англ.] – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 182 с.
3. Цюмпа П. Нариси економетрії і побудована на національній політекономії теорія бухгалтерського обліку / П. Цюмпа; [пер. з нім. Я. Гончарук, І. Копич, Г. Башнянин, І. Яремко]. – Львів: Каменяр, 2001. – 233 с.
4. Аркатов Я.А. Роль і місце технологічних парків в інноваційній структурі / Я.А. Аркатов // Шляхи формування національної інноваційної системи та удосконалення інноваційного законодавства: матер. Всеукр. наук.-практ. конф., м. Харків, 11 листоп. 2011 р. / ред. кол.: С.М. Прилипка, Ю.Є. Атаманова, Д.В. Задихайло. – Х.: НДІПЗІР, 2011. – С. 175-179.
5. Белолипецкий В.Г. Финансы фирмы: курс лекций / В.Г. Белолипецкий; под ред. И.П. Мерзлякова. – М.: ИНФРАМ, 1998. – 298 с.
6. Вечканов Г.С. Современная экономическая энциклопедия / Г.С. Вечканов, Г.Р. Вечканова. – СПб.: Лань, 2002. – 80 с.
7. Ивашковская И.В. Управление стоимостью компании: вызовы российскому менеджменту / И.В. Ивашковская // Российский журнал менеджмента. – № 4. – 2004. – С. 113-132.
8. Коупленд Т. Стоимость компании: оценка и управление / Т. Коупленд, Дж. Муррин. – М.: Олимп-Бизнес, 2005. – 569 с.
9. Корягин М.В. Бухгалтерський облік у системі управління вартістю підприємства: теоретико-методологічні концепції: монографія / М.В. Корягин. – Львів: ЛКА, 2012. – 389 с.
10. Плікус І.Й. Концепція вартісно-орієнтованого управління та можливості її використання при санації підприємств / І.Й. Плікус // Фінанси України. – 2011. – № 1.
11. Тарасевич В.М. Ценовая политика предприятия / В.М. Тарасевич. – 2-3 изд. – СПб.: Питер, 2003. – 288 с.
12. Теплова Т.В. Инвестиционные рычаги максимизации стоимости компании (практика российских предприятий) / Т.В. Теплова. – М.: Вершина, 2007. – 272 с.
13. Харин А.Г. Методологические особенности управления стоимостью компании, осуществляющей «зеленые» инновации // Балтийский регион. – № 3. – 2012. – С. 47-58.
14. Якупова Н.М. Стоимость предприятия в системе стратегического управления [Электронный ресурс] / Н.М. Якупова. – Режим доступа: http://vestnik.osu.ru/2003_6/21.pdf.

15. Гнатъева Т.М. Система оцiнки дiяльностi за допомогою показникiв в управлiннi вартiстю пiдприємства / Т.М. Гнатъева // Економiчний форум. – 2014. – № 4. – С. 133-141.
16. Овчарова Н.В. Бухгалтерське забезпечення системи управлiння вартiстю пiдприємства [Електронний ресурс] / Н.В. Овчарова. – Режим доступа: <http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/handle/123456789/13378>.