

УДК 005.650.330.13:658

Г. Д. Чижиков,

д. е. н., доцент, професор кафедри економіки підприємства,

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, м. Донецьк

ФАКТОР ЧАСУ В СИСТЕМІ ВАРТІСНОЇ ОРІЄНТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Зміст статті на основі проведеного аналізу розкриває сутність показника вартості підприємства, визначаючи її як інтегральний показник, що характеризує спроможність підприємства до ефективного функціонування у ринковому просторі та можливості генерації позитивно стійких грошових потоків на засадах раціонального управління ресурсно-компетенційними активами підприємства, що виражені у вартісних одиницях. Автором розкривається сутність вартісної орієнтації підприємства в контексті управління інтегрованим комплексом «активи-потенціал-фактори впливу». Визначається роль фактора часу в умовах вартісної орієнтації підприємства на основі ефективності прийняття управлінських рішень, ефективного ресурсного управління, ефективного управління фінансовими ресурсами та грошовими потоками та управління вартістю в процесі кругообігу капіталу. Автор наводить поняття цінності бізнес-процесу як додаткової якісної характеристики бізнес-процесу, що виражає рівень задоволення ринковими суб'єктами результатом або супутнім ефектом цього бізнес-процесу, та якості вартості підприємства, що виступає відображенням параметричного впливу змін на підприємстві на показник його вартості відповідно до екстенсивних та інтенсивних факторів зростання. У статті розкриваються основні типи ризиків залежно від аргументу часу: моментні, інтервальні, періодичні, періодично-інтервальні, хвилеподібні.

The content of the article on the basis of the analysis reveals the essence of value indicator, defining it as an integral factor that characterizes the company's ability to function effectively in the market space and the possibility of generating sustainable positive cash flow on the basis of rational management of competence resource assets, which are expressed in value terms. The author reveals the essence of the value orientation of the company in the context of an integrated set of management "asset-potential-factors of influence." The paper describes the role of the time factor in terms of value orientation based on the effectiveness of managerial decision making, effective resource management, efficient financial management and cash flow management and cost management in the process of circulation of capital. The author cites the concept of the business process value as additional qualitative description of the business process, expressing satisfaction with the result of market actors or side effect of the business process. Also the author formulates the category of value quality as serving parametric mapping the impact of changes in the company to figure its value according to extensive and intensive growth factors. The article describes the main types of risk, depending on the time argument: moment, interval, periodic, periodic-interval, wavy.

Ключові слова: вартість підприємства, вартісна орієнтація, фактор часу, цінність, ризик, бізнес-процес, фактори впливу.

Key words: enterprise value, value orientation, the time factor, risk, business process, factors of influence.

Постановка проблеми. Ускладнення економічних відносин, посилення ролі нецінових факторів в діяльності підприємства та висока конкурентна активність усіх ринкових суб'єктів призводять до того, що підприємство виступає не тільки як виробничий або торговельний агент, а як інтегрований комплекс задоволення соціально-економічних вимог. Зміна умов функціонування з ринку виробника на ринок споживача визначила, що особливістю сучасних підприємств є те, що ринкова ефективність діяльності підприємства передбачає не тільки досягнення визначеного рівня фінансових показників, а й гармонійне існування підприємства у взаємовідносинах з іншими суб'єктами ринку, зокрема зі споживачами. Довготривале існування підприємства на ринку та його розвиток за висхідним вектором сьогодні базуються не тільки на факторі отримання прибутку, але й вимагає гармонійного поєднання цілей отримання відповідних фінансових результатів та зростання вартості підприємства. З огляду на те, що показник вартості безумовно є узагальненням сукупності ринкових факторів впливу на діяльність підприємства, його ресурсного базису та управлінських підходів до здійснення бізнес-процесів, важливого значення набуває фактор часу, який зазвичай опосередкованим чином впливає на рівень або ж напрямок зміни підприємством показника його вартості.

Аналіз наукових досліджень і публікацій. Окремі елементи сутності, значення та оцінки показника вартості підприємства розглядалися ще представниками класичної економічної теорії А. Смітом, Д. Рікардо, К. Марксом тощо. Останнім часом питання вартісно-орієнтованого управління підприємством привертають все більшу увагу багатьох вчених, зокрема Ю.Я. Єленева, А.Е. Волков, Г.Л. Волкова, Т. Коупленд, Т. Коллер, Д.М. Десмонд та ін. Однак досі залишається не достатньо вивченим фактор часу та його вплив на управління підприємством в контексті вартісної орієнтації.

Метою статті є визначення сутності вартісної орієнтації підприємства та визначення ролі й сили впливу фактора часу в контексті вартісного підходу до управління підприємством.

Виклад основного матеріалу. Забезпечення зростання вартості підприємства особливо в умовах невизначеності та нестабільності зовнішніх умов господарювання є однією з основних проблем сучасних підприємств, що ставлять своїми завдання динамічний розвиток та підвищення конкурентного потенціалу. Поняття вартості впродовж років викликало інтерес і полеміку багатьох вчених-економістів.

Методичні та методологічні аспекти управління й оцінки вартості підприємства як об'єкта ринкових відносин почали активно досліджуватися через інтенсифікацію ринкових відносин, глобалізаційні та інтеграційні процеси, проте вигоди досліджень поняття та проблем формування вартості як економічної категорії зустрічаються ще в працях А. Сміта [1], Д. Рікардо [2], а потім і К. Маркса [3, с. 51-56], які поняття вартості розглядають крізь призму формування трудової вартості, що носить певним чином двоїстий характер, оскільки з одного боку вартість трудових ресурсів здебільшого визначає ціни товару, що виробляється, а отже основним завданням підприємства виступає мінімізація цієї вартості. З іншого боку, якщо застосовувати теорію трудової вартості в сучасних умовах господарювання підприємств, трудова вартість розглядається не тільки з точки зору обсягу фонду оплати праці, а з погляду формування й розвитку інтелектуального (трудоного) потенціалу, максимізація вартості якого є однією з визначальних атрибутивних характеристик підприємства-об'єкта ринку. Обмеженість трудової теорії вартості полягає у тому, що сьогодні підприємства значною мірою функціонують на насичених товарами ринках в умовах жорсткої конкурентної боротьби та ресурсних обмежень, що формує інтегральну сукупність факторів, що впливають на показник вартості підприємства.

Подальші дослідження теорії вартості підприємства [4-7] переважно акцентували увагу на прийнятті вартості підприємства в контексті його майнових прав щодо обсягу активів і пасивів та потенційної можливості генерувати грошові потоки у майбутньому.

Отже, вартість підприємства, на наше переконання, розкривається як інтегральний показник, що характеризує спроможність підприємства до ефективного функціонування у ринковому просторі та можливості генерації позитивно стійких грошових потоків на засадах раціонального управління ресурсно-компетенційними активами підприємства, що виражені у вартісних одиницях.

Виходячи з такого розуміння поняття вартості, вартісна орієнтація підприємства як загальний підхід до управління дозволяє здійснювати управління інтегрованим комплексом «активи (матеріальні й нематеріальні) – потенціал – фактори впливу» (рис. 1).

Наряду з наявними активами та потенційними можливостями одним з елементів інтегрованого комплексу створення вартості підприємства є фактори впливу, що включають сукупність факторів цінового й нецінового характеру, прямого й опосередкованого впливу. Посилення конкурентної боротьби все частіше вимагає від підприємства дослідження й адаптації до нецінових факторів, оскільки саме такі генерують найбільше загроз, завчасне діагностування яких має на меті запобігання розгортанню кризи на підприємстві, однак в той же час такі фактори містять у собі комплекс можливостей, реалізація яких дозволить отримати підґрунтя для проведення кількісних і якісних змін вартості підприємства та його конкурентної позиції на ринку.

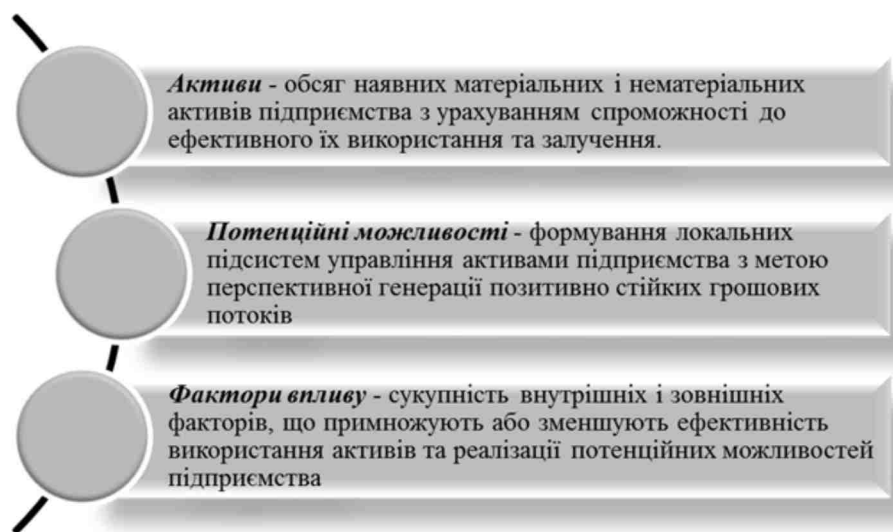


Рис. 1. Інтегральний комплекс створення вартості в контексті вартісної орієнтації підприємства

Джерело: Авторська розробка

Одним з найбільш важливих нецінових факторів опосередкованого впливу на показник вартості підприємства, на наш погляд, є фактор часу.

В системі вартісної орієнтації фактор часу зумовлює:

- ефективність прийняття управлінських рішень через параметри швидкості та доцільності;
- ефективність залучення та використання ресурсно-компенційних активів через своєчасне розміщення необхідних ресурсів відповідно до функцій бізнес-процесів та розвитку комплексу компетенцій щодо застосування отриманих ресурсів та клієнтоорієнтованих компетенцій щодо реалізації створеної споживчої цінності;
- ефективність управління фінансовими активами й грошовими потоками, виходячи з критерію знецінення грошей;
- формування вартості в процесі кругообігу капіталу.

По-перше, відправною точкою ефективного функціонування підприємства в ринковому середовищі та підвищення його вартості є спроможність менеджменту підприємства до прийняття своєчасних управлінських рішень, ключовою складовою чого є управління інформаційними ресурсами та органічна пристосованість підприємства до взаємодії в інформаційному ринковому просторі, тобто цілеспрямований вплив на якість, структуру та обсяг інформаційних потоків, що надходять на підприємство.

По-друге, висновок про ефективність бізнес-процесів робиться не на основі вироблення продукту як кінцевого результату, а на основі реалізації створеної споживчої цінності, що представлена товаром або послугою кінцевому споживачу. У цьому взаємозв'язку фактор часу обумовлює те, що будь-який продукт (робота, послуга) має бути запропонований ринку в той час, як попит і ціна на нього найбільші, що вимагає ефективного управління ресурсами підприємства з позицій не тільки ціни й якості, а й з позицій раціонального часу.

Зазначимо, що в умовах формування системи вартісної орієнтації підприємства, необхідно відзначити існування певного протиріччя між зростанням вартості підприємства в цілому та окремих бізнес-процесів. Це протиріччя виходить з того, що в ході здійснення підприємством своїх бізнес-процесів, підприємство виступає як активний суб'єкт ринку, що самостійно встановлює ефективні межі здійснення бізнес-процесів, залучає та розподіляє ресурси по функціям, встановлює та управляє взаємозв'язками з контактними аудиторіями. Д.В. Глотова наводить поняття вартості бізнес-процесу, визначаючи її як інтегральну характеристику ефективності бізнес-процесу, що виходить з того, що розрахунок інтегральної характеристики пов'язаний з необхідністю розподілу ресурсів між функціями процесів, а витрати на отримання оцінки вартості бізнес-процесу повинні відповідати завданням, що розв'язуються на основі цієї оцінки [8, с. 129]. Таке визначення підкреслює послідовний антагонізм поняття вартості підприємства загалом та його окремих складових його діяльності. Вартість бізнес-процесу має тяжіти до мінімуму, що буде наслідком більш раціонального розподілу ресурсів по функціях бізнес-процесів, зниження витрат та, при інших рівних умовах, забезпечення зростання прибутку й рентабельності підприємства як визначальних факторів зростання вартості підприємства. Відповідно до цього, в контексті оцінки загальної

ринкової вартості підприємство втрачає свій суб'єктний статус, змінюючи його на об'єктний через те, що воно починає виступати об'єктом інтересу активних учасників ринку.

Співставлення вартості підприємства з вартістю бізнес-процесів, що здійснюються, вимагає визначення поняття цінності бізнес-процесу та її впливу на вартість підприємства. Істотне значення має те, що досить часто поняття вартості та цінності отожднюються, однак, на наш погляд, ці поняття мають як спільні риси, так і низку розбіжностей, що впливає на аргумент часу в управлінні підприємством в системі його вартісної орієнтації. Цінність виступає додатковою якісною характеристикою бізнес-процесу, що виражає рівень задоволення ринковими суб'єктами, в тому числі підприємством-продуцентом, результатом або супутнім ефектом цього бізнес-процесу. Цінність бізнес-процесу є менш динамічною характеристикою ніж вартість підприємства, оскільки більше зосереджена на внутрішньому аспекті діяльності підприємства і регламентована методологією здійснення кожного бізнес-процесу підприємства. Отже, з позицій фактора часу управління цінністю бізнес-процесів стабілізує позитивне зростання вартості підприємства шляхом формування ціннісної лояльності зацікавлених сторін. Відповідно до вищевикладеного цінність бізнес-процесу є складовою вартості підприємства. У цьому взаємозв'язку зростання вартості підприємства на основі підвищення цінності кожного окремого бізнес-процесу є фактором інтенсифікації вартості, в той час як зростання вартості шляхом нарощування активів підприємства є фактором екстенсифікації вартості.

Тож вважаємо за потрібне ввести таку категорію як «якість вартості», що відображує параметричний вплив змін на підприємстві на показник його вартості відповідно до екстенсивних та інтенсивних факторів зростання. В умовах якщо в основі зростання вартості підприємства лежить збільшення цінності, що генерується підприємством для споживачів та інших ринкових суб'єктів, його вартість буде більш якісною, що забезпечить формування більшого обсягу конкурентного потенціалу протягом довгострокового періоду.

По-третє, інфляційні процеси в економіці вимагають від підприємства чіткої та послідовної політики щодо формування фінансових ресурсів підприємства й авансування їх в активи. Згідно з цим має бути вирішений комплекс завдань щодо фінансування оборотних (у по елементному розрізі) й необоротних активів, формування короткострокових та довгострокових пасивів на основі критерії оптимізації вартості капіталу, що залучається та рентабельності власного капіталу як ключового індикатору зростання вартості підприємства.

По-четверте, фактор часу значною мірою впливає на кругообіг капіталу, особливо на стадії його авансування в активи підприємства, що, за твердженням Т.В. Бондаренко, виражається періодом, протягом якого отримуються і зберігаються матеріально-виробничі запаси [9]. Управління кругообігом капіталу та фінансовим циклом генерують сукупність вихідних конкурентних переваг, на базі яких формуються й розвиваються компетенції щодо вдосконалення внутрішніх бізнес-процесів в умовах вартісної орієнтації підприємства.

Зазначимо, що ігнорування фактора часу призводить не тільки до можливого зниження вартості підприємства, а й до виникнення низки різного роду ризиків в часткових підсистемах або бізнес-процесах, що відповідно до інтегрального показника вартості може мати від'ємний синергетичний ефект. Залежно від аргументу часу О.В. Козьменко та С.М. Гвоздюкова [10, с.10] виділяють такі види ризику: моментні ризики, інтервальні ризики, періодичні ризики, періодично-інтервальні ризики, хвилеподібні ризики.

В умовах вартісної орієнтації підприємства моментним ризиком може виступати неефективність або несвоєчасність прийняття управлінського рішення щодо будь-якого з факторів впливу на показник вартості підприємства або виникнення спорадичних відхилень в процесі здійснення бізнес-процесів.

Проблеми в ресурсному забезпеченні підприємства як одного із системоутворюючих показників вартості можуть нести інтервальні ризики, що в умовах своєчасного діагностування виникнення розриву в процесі фінансово-господарської діяльності підприємства ліквідується і не призводять до розгортання кризових явищ.

Неефективність або технологічні відхилення окремих бізнес-процесів можуть стати причиною виникнення періодичних ризиків, що будуть виникати кожного разу, коли в процесі своєї діяльності підприємство алгоритмічно буде повертатися до проблемного процесу.

Періодично-інтервальні ризики можуть бути наслідком стійких відхилень в процесі виконання бізнес-процесів або їхній невідповідності умовам господарювання, що склалися.

Хвилеподібні ризики за своєю природою можуть бути наслідком хвилеподібних змін в економіці, або ж відсутності логічної виваженості в процесі управління підприємством з позицій його вартісної орієнтації.

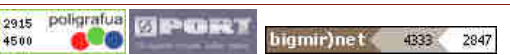
Відносно показника вартості підприємства наведені часові ризики можуть призводити до некерованих коливань вартості та неспроможності своєчасно розпізнати проблемний фактор, що має негативний вплив на вартість підприємства як інтегральний параметр його ефективності в ринковому середовищі.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, вартісна орієнтація в системі управління підприємством дозволяє сформувати портрет ринково привабливого підприємства та здійснювати управління не окремими підсистемами, а інтегрованим комплексом «активи-потенційні можливості-фактори впливу», що сприятиме не тільки кращій реалізації суб'єктно-об'єктних характеристик підприємства, а й формуванню ефективного вихідного базису для подальшого розвитку. В контексті вартісної орієнтації та часових обмежень вагоме значення має бути приділене не тільки фізичному нарощуванню вартості підприємства, а й показнику її якості як компоненти довгострокового позитивного зростання. Врахування фактора часу в управлінні підприємством з огляду на його вартісну орієнтацію дозволяє знизити імовірний рівень ризику зниження вартості та інтенсифікувати активний вплив підприємства як на внутрішні бізнес-процеси, так і на суб'єктів ринкового середовища.

Перспективним напрямком дослідження в даній сфері є формування методичних та методологічних засад вартісного управління підприємством з урахуванням фактора часу на основі кількісного обчислення часового впливу на окремі локальні або інтегральні показники в діяльності підприємства.

Література.

1. Рикардо Д. Сочинения. – М.: Госполитиздат, 1941. – Т. 1: Начало политической экономии и налогообложения. – 284 с.
2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов // Классика экономической мысли: Монография / В. Петти, А. Смит, Д. Рикардо и др. – М.: ЭКСМО-ПРЕСС, 2000. – С. 77–402
3. Маркс К. Капітал // Маркс К., Енгельс Ф. Твори. – К.: Політвидав. України, 1963. – Т. 23. – 848 с.
4. Модильяни Ф. Сколько стоит фирма? Теорема ММ / Ф. Модильяни, М. Миллер; пер. с англ. - [2-е изд.]. - М.: Дело, 2001. - 272 с.
5. Еленева Ю. Я. Факторный анализ стоимости предприятия с учетом оценки влияния нематериальных активов / Ю. Я. Еленева, А. Э. Волков, Г. Л. Волкова // Известия вузов: Машиностроение. - 2006. - № 3. - С. 73-77.
6. Десмонд Г.М. Руководство по оценке бизнеса / Г.М. Десмонд. – М.: РОО Академия оценки, 1996. – 264 с.
7. Коупленд Т. Стоимость компаний: оценка и управление. – 3-е изд., перераб. и. доп. : пер. с англ. / Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Муррин. – М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2005. – 576 с.
8. Глотова Д.В. Вартісний підхід до управління бізнес-процесами підприємства / Д. В. Глотова // Сталий розвиток економіки . - 2013. - № 3. - С. 125-130.
9. Бондаренко Т. В. Особливості створення вартості власного капіталу в процесі його кругообігу [Електронний ресурс] / Т. В. Бондаренко. // Економіка. Управління. Інновації . - 2013. - № 2. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2013_2_12.pdf
10. Козьменко О.В. Філософські аспекти формування поняття ризику / О. В. Козьменко, С. М. Гвоздюкова // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України . - 2014. - Вип. 38. - С. 6-13.



ТОВ "ДКС Центр"