

# Вибір амортизаційної політики з точки зору управління конкурентоспроможністю інвестиційного проекту

*В статті досліджено можливості та обґрунтовано доцільність використання амортизаційної політики в якості методу цінової конкуренції в розрізі інвестиційного менеджменту в умовах відкритої економіки.*

**Ключові слова:** амортизаційна політика, конкурентоспроможність, інвестиційний проект, відкрита економіка.

*В статье исследованы возможности и обоснована целесообразность использования амортизационной политики в качестве метода ценовой конкуренции в разрезе инвестиционного менеджмента в условиях открытой экономики.*

**Ключевые слова:** амортизационная политика, конкурентоспособность, инвестиционный проект, открытая экономика

*There were explored and proven the abilities and expediency of use the amortization policy as the factor of price competitiveness in the context of the investment management in conditions of open economy.*

**Keywords:** amortization policy, competitiveness, investment project, open economy

**Постановка проблеми.** За сучасного стану світової економіки, що впродовж останнього десятиліття зазнає руйнівного впливу низки світових та національних криз, головною тенденцією і об'єктивною можливістю виживання підприємств є монополізація ринку. Підтвердженням даної думки служать розповсюджені сьогодні брендві і патентні війни, що останнім часом виступають головним методом конкуренції, особливо в галузях машинобудування, електроніки та технологій.

Загальновідомо, що основою монополістичної конкуренції є нецінова конкуренція за рахунок якості, брендів та торгових марок, післяпродажного обслуговування, реклами тощо. Проте, на наш погляд, за сучасної нестабільності ринку, доцільно застосовувати цінові важелі, оскільки в умовах спадної купівельної спроможності, закони попиту і пропозиції набувають вирішального значення в боротьбі за споживача. Теоретично, головними шляхами зниження ціни продукції або послуг прийнято вважати або зменшення норми виробництва, зменшення енергоємності, пошуку більш дешевої сировини і т. ін. Однак, і перший, і другий спосіб вкрай рідко не принесуть значної переваги, оскільки застосовуються переважно більшістю гравців ринку, а в бір-

шому – можуть завдати нищівних збитків підприємству через можливу втрату ліквідності і платоспроможності, залучення додаткових ресурсів на переоснащення виробництва, що вимагатимуть додаткових витрат, а відповідно, неминуче здорожчання продукції в поточному періоді, що з рештою, може привести до банкрутства даного підприємства.

Відповідно, постає питання пошуку альтернативних шляхів цінової конкуренції, що, на наш погляд, полягають у раціоналізації амортизаційної політики з огляду на стадію життєвого циклу інвестиційного проекту.

**Аналіз досліджень і публікацій з проблеми.** Теоретична база з питань сутності та розробки амортизаційної політики підприємства представлена працями таких вчених, як Т.А.Васильєва, Л.В.Городянська, А.Г.Загородній, Т.Д.Косова, С.Н.Кузьменко, В.І.Рошило, Т.Л.Саган, А.Є.Фукс, С.П.Ярошенко та ін. Однак, зважаючи на значні емпіричні та практичні розробки, маємо наголосити на відсутності досліджень взаємозв'язку конкурентоспроможності інвестиційних проектів із вибором амортизаційної політики, що обумовлює необхідність подальших досліджень даної проблематики.

**Мета статті** полягає в доведенні доцільності використання амортизаційної політики в якості інструменту підвищення конкурентоспроможності, а відповідно, досягнення стабільної доходності інвестиційного проекту.

**Виклад основного матеріалу.** З економічної точки зору, привабливість інвестиційного проекту пояснюється, в першу чергу, його прибутковістю [1, 2]. Однак, за сучасного розвитку інвестиційного менеджменту, більше уваги приділяється забезпеченню підприємства високоякісним обладнанням, максимальній автоматизації та мінімізації фізичної праці [3, с. 4–5], які, на наш погляд, несуть додаткові витрати, що, з рештою, приводять до тимчасового здорожчання виробництва, тобто не вирішують поточної проблеми зниження собівартості та збереження рентабельності. Крім значних капіталовкладень, ці заходи можуть виявитись неефективними через надто довгий період адаптації підприємства – воно може збанкрутувати ще до отримання очікуваних результатів економіки. Стосовно інших чинників інвестиційної привабливості, систематезованих В.І.Польшаковим, знову ж таки, більше уваги серед факторів пропозиції приділено логістиці, наявності ресурсів, доступу до технологій, а в розрізі виробничих витрат – фактор раціоналізації амортизаційної політики залишається недостатньо розкритим [4, с.

5]. Проте, незважаючи на деякі розбіжності з точки зору управління собівартістю продукції (послуг) в умовах інвестиційного менеджменту, неможливо не погодитись, що вона відіграє провідну роль в ціноутворенні та управлінні прибутком. Підкреслюючи значний внесок вищезгаданих науковців в теорію управління інвестиційною привабливістю, на жаль, достатньої уваги не приділено цій конкурентоспроможності проєктів та її впливу на їх прибутковість.

З точки зору процесу відтворення, витрати виробництва – це частина доходу, що авансується на його продовження, спожитий підприємством капітал компенсується з його доходу, що складається з фондів споживання (витратної частини) та фондів нагромадження (прибутку). Відповідно, формуючи економічно обґрунтовану витратну частину доходу, підприємство має можливість забезпечення і збереження оптимального рівня прибутковості, зважаючи на умови його діяльності. З економічної точки зору вартість продукції (послуг) можна представити наступним чином:

Отже, з огляду на наведену економічну структуру вартості, стає очевидним прагнення переважної більшості вчених до автоматизації виробництва і зменшення витрат фізичної праці, що є елементарним шляхом збільшення частки додаткової вартості, тобто прибутку, у валовому доході підприємства. Дана залежність ґрунтується на трудовій теорії вартості К.Маркса і безперечно є найшвидшим і найбільш очевидним способом досягнення зростання прибутковості. Однак, необхідно зважати на два основні і одночасно протилежні напрямки управління знову створеною вартістю: екстенсивний та інтенсивний. Перший досягається збільшенням додаткового робочого часу шляхом подовження загального і не потребує або жодного, або значного збільшення капіталовкладень, проте характеризується низькою ефективністю, а іноді, суперечить нормам чинного законодавства; другий – шляхом зменшення тривалості необхідного робочого часу за рахунок збільшення інтенсивності, продуктивності, а також зменшення витрат абстрактної праці, тобто потребує авансування додаткових коштів, тим самим збільшуючи собівартість, а у підсумку – зменшуючи частку валового доходу у вартості продукції (послуг). Таким чином, для виконання умов збільшення прибутковості, постає потреба в компенсації даних витрат за рахунок власних або позичкових джерел коштів. В першому випадку, дійсно, от-

римаємо позитивний результат, але одночасно постає проблема пошуку джерел самофінансування і самоінвестування, що може бути вирішена за рахунок використання фондів нагромадження, у т.ч. за рахунок амортизаційного фонду. Проте, не всі підприємства характеризуються наявністю достатньої кількості власних коштів, а використання амортизаційного фонду завжди пов'язане з низькою ризиків та певним чином може бути ускладнене нормами законодавства деяких країн стосовно цільового використання амортизаційних відрахувань. Що стосується варіанту залучення зовнішніх джерел фінансування, очевидним результатом є здрожчання капіталу. Таким чином, постає питання про пошук альтернативних шляхів управління собівартістю, що можуть одночасно виступати джерелами компенсації витрат на переоснащення виробництва з метою скорочення кількості абстрактної праці. На наш погляд, головним інструментом цінкової конкурентоспроможності за рахунок управління собівартістю може бути амортизаційна політика підприємства. При чому, її вибір має обґрунтовуватись з врахуванням життєвого циклу інвестиційного проєкту.

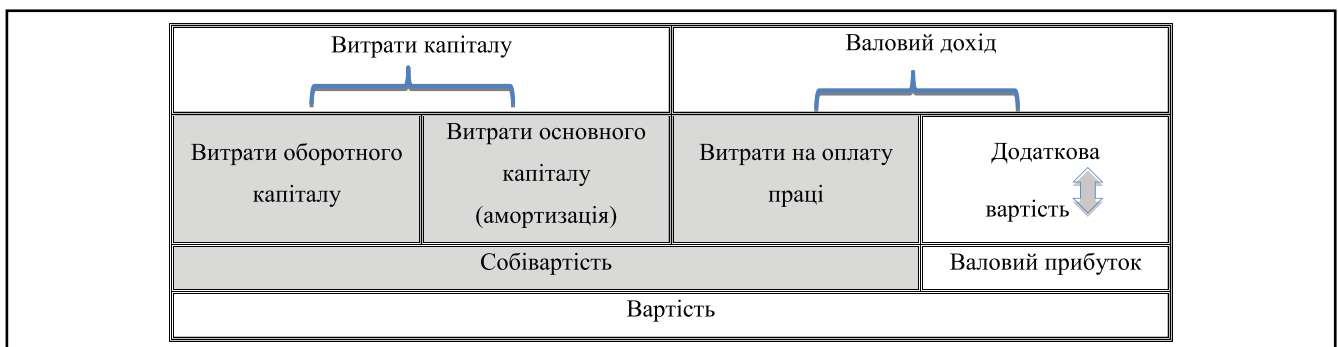
Відштовхуючись від об'єктивного закону попиту розглянемо два основні варіанти конкурентної стратегії для деякого інвестиційного проєкту:

- 1) за умов виходу на ринок в якості природного монополіста з метою збереження конкурентних переваг;
- 2) за умов виходу на ринок в якості конкурента вже існуючим підприємствам.

Теоретично, оскільки розглядаються умови сучасного світового ринку, що наближені до умов монополістичної конкуренції, маємо такі основні вихідні дані для розробки конкурентної стратегії:

- більш-менш однорідну продукцію;
- нецінову та недобросовісну конкуренцію як основні методи боротьби за споживача;
- тенденцію і прагнення до монополізації ринку;
- розміщення виробництва в країнах з низькою вартістю робочої сили та / або енергоресурсів тощо.

Відповідно, при аналізі основних вихідних даних стратегій ціноутворення та цінкової конкуренції, можна зробити висновок про теоретичну наближеність показників виробничої собівартості компаній-конкурентів, що змагаються в умовах внутрішньогалузевої конкуренції, головним чином за рахунок



Економічна структура вартості

більш-менш однорідних виробничих фондів та однакової кількості конкретної та абстрактної праці за інших рівних умов. Таким чином, незалежно від (або на фоні) стратегій збільшення додаткової вартості, описаними вище шляхами, через перерозподіл знову створеної вартості пропонуємо два основні варіанти амортизаційної політики в розрізі конкурентної стратегії.

Сучасна практика внутрішньогалузевої конкуренції у світових масштабах характеризується декількома методами захоплення ринку, основними з яких є формування природної монополії (олігополії) на основі реалізації права власності на унікальні ресурси, патенти, торгові марки, винаходи, або випуск нової продукції, технологій тощо, а також, конкуренція на основі розробки аналогів вищезазначених товарів. Таким чином, в першому випадку конкурентна стратегія має базуватись на збереженні існуючої частки ринку і недопущення її втрати через появу товарів-аналогів, в другому – на витісненні конкурента і завоюванні його частки ринку. На відміну від вже звичних на сьогодні брендів війн і сталих методів монополістичної конкуренції, пропонуємо повернутись до основ ринкового функціонування, тобто – об'єктивного закону попиту, що діє незалежно від виду ринкової структури. При цьому, стратегію цінової конкуренції вважаємо за доцільне здійснювати саме за рахунок управління собівартістю на основі відповідної амортизаційної політики, а не за рахунок зменшення норми прибутку. Отже, пропонуємо два варіанти амортизаційної політики в залежності від стадії життєвого циклу інвестиційного проекту:

1) Конкурентна стратегія збереження ринкових позицій тимчасовим природним монополістом, за умов виходу на ринок з новою продукцією, технологією тощо, передбачає використання амортизаційної політики з перенесенням якомога більшої вартості основних фондів в перший (перші) період, оскільки тимчасове монополістичне положення на ринку, виправдовує встановлення будь-якої ціни на товар за умови наявності попиту. Таким чином, за появи в майбутньому на ринку товарів-аналогів, підприємство конкуруватиме за рахунок значно меншої ціни за такого самого, або, навіть, більшого рівня прибутковості. Крім того, отримує можливість компенсації витрат на переоснащення, автоматизацію тощо, в межах заданої собівартості без зменшення обсягу валового доходу по відношенню до попередніх періодів, тобто досягне умов стабільного розвитку. Перевагою даної амортизаційної політики є також те, що згідно податкового законодавства більшості країн світової економіки, в т.ч. України, сутність амортизаційних відрахувань полягає в тому, що вони відносяться до неоподаткованої частини валового прибутку в результаті чого, збільшується чистий операційний грошовий потік. Головні проблеми та недоліки даного методу полягають в наступному:

– товар обов'язково має користуватися попитом (сюди можуть відноситись також товари Гіффена);

– наявність низки законодавчих обмежень та закріплених методів нарахування амортизації.

2) Конкурентна стратегія витіснення вже існуючої компанії та захоплення її долі ринку з подальшим поглинанням, полягає в застосуванні демпінгу на основі амортизаційної політики, що полягатиме у відкладенні амортизаційних платежів або якомога меншому їх обсязі в перший (перші) період. Знову ж таки, дана політика не передбачає зменшення прибутковості підприємства як методу цінової конкуренції. Головною та першочерговою умовою даної амортизаційної політики є діяльність в умовах відкритої економіки, оскільки вона може бути передумовою порушення антимонопольного законодавства деяких країн, у т.ч. України.

### Висновки

В ході дослідження особливостей управління конкурентоспроможністю інвестиційного проекту, доведено доцільність раціоналізації амортизаційної політики з метою здійснення управлінського впливу на стратегію ціноутворення в розрізі інвестиційного менеджменту. Обґрунтовано цінові конкурентні стратегії для інвестиційних проектів на основі управління собівартістю, що виходять із розробки відповідної амортизаційної політики, що може бути альтернативою та/або складовою частиною системи зниження собівартості на підприємстві.

Також, визначено основні недоліки і протиріччя даної методики управління конкурентоспроможністю інвестиційних проектів і здійснено висновок про необхідність подальшої розробки та обґрунтування амортизаційної політики в розрізі інвестиційного менеджменту в умовах не лише відкритої, а і національної економіки.

### Список використаних джерел

1. Скібіцький О.В. Інноваційний та інвестиційний менеджмент: навч. посіб. / О.М. Скібіцький. – К.: Центр навчальної літератури. – 2009. – 405 с.
2. Федоренко В.Г. Інвестування: підручник / В.Г. Федоренко. – М.: Алерто. – 2009. – 544 с.
3. Краус Н.М. Інвестиційний менеджмент / Н.М.Краус. – Полтава: ПП Гаража М.Ф. – 2011. – 176 с.
4. Польшаков В.І. Інвестиційний менеджмент: навч. посіб. / Н.В.Ткаленко, В.І. Польшаков. – К.: Кондор. –2009.–172с.
5. Маркс К. Критика политической экономии / К.Маркс, Ф.Энгельс // Сочинения. – 2-е изд. – М., 1968. – Т. 46.ч.І. – С. 256–301.
6. Основи економічної теорії: політекономічний аспект: Підручник / Г.Н.Климко, В.П.Нестеренко, Л.О.Каніщенко та ін.; За ред. Г.Н.Климка, В.П.Нестеренка. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К.: Вища шк. – Знання, 1997. – 743 с.
7. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
8. R. Jensen, N. Miller. Gffen Behavior and Subsistence Consumption / N. Miller, R. Jensen, American Economic Review, (98) 4 1553–1577 2008.