

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТІЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

*О. В. Ареф'єва, д. е. н., професор, Національний авіаційний університет,
[lena-2009-19@ukr.net](mailto:lana-2009-19@ukr.net), orcid.org/0000-0001-5157-9970,*

*Н. В. Коваленко, д. е. н., професор, Національний транспортний університет,
Kovalenko-nv@ukr.net, orcid.org/0000-0001-8011-1373,*

*М. М. Андрієнко, к. е. н., Національний авіаційний університет,
andrienko2008@ukr.net, orcid.org/0000-0003-4148-4737*

Методологія дослідження. При проведенні дослідження стратегічного управління вартістю підприємства за інноваційного розвитку було використано метод наукової абстракції – при визначенні теоретико-методологічних підходів щодо сутності поняття «управління вартістю підприємства»; системного підходу – при формуванні методичного підходу комплексної оцінки ефективності управління вартістю підприємства.

Результати. Продемонстровано, що нова парадигма управління, яка базується на стратегічному підході, привела до зміни цілей та критеріїв діяльності підприємства, а саме: критеріями успішності діяльності останнього та основою для визначення його місії слугує вартість, що дозволяє кількісно оцінити як стратегічні цілі, так і рівень їхньої реалізації. Виявлено, що незважаючи на наявність широкого арсеналу методів оцінки вартості підприємства, жоден із них не враховує його специфіку, а також фактори, які формують вартість. Здійснено роботу по формуванню прикладного методичного підходу щодо стратегічного управління вартістю підприємства.

Новизна. Запропоновано методичний підхід щодо стратегічного управління вартістю підприємства, який базується на комплексному підході щодо оцінки його вартості та характеризується простотою застосування. Розроблений підхід є універсальним для будь-якого підприємства та забезпечує послідовність реалізації принципів і методів. У ньому враховано всі етапи стратегічного управління вартістю підприємства, а також інші критерії, зокрема, обсяг виробництва, прибуток.

Практична значущість. Отримані результати наукового дослідження засвідчили необхідність розробки комплексної оцінки вартості підприємства при інноваційному стратегічному управлінні задля діагностики стану, тенденцій та визначення факторів, що сприяють зростанню його вартості і потенціалу. Оскільки основною складовою збільшення вартості власного капіталу є стійкі темпи зростання доходності та величини грошового потоку, то головна увага зосереджується на показниках прибутковості. Відповідно, вартість є ключовим моментом системи стратегічного управління підприємством і використовується як для формування його конкретних цілей та завдань, так і виступає критерієм для оцінки успішності реалізації стратегії.

Ключові слова: стратегічне управління, вартість підприємства за інноваційного розвитку, підходи до управління вартістю підприємства, управління зміною вартості.

Постановка проблеми. Ефективність економіки України безпосередньо пов'язана з стратегічним управлінням підприємств. Нестабільність економічних процесів, які вини-

кають у внутрішньому і зовнішньому середовищі, ускладнюють діяльність вітчизняних підприємств і знижують їх вартість. Тому стратегічне управління підприємницькою діяльністю має бути направлене на підвищення

результативності фінансово-господарської діяльності та як наслідок вартості підприємства. Для досягнення позитивних результатів необхідно обрати найбільш ефективні підходи до управління їх розвитком на стратегічну перспективу, що забезпечуватимуть прийняття конструктивних управлінських рішень з базуванням на інноваційних складових.

Сучасний стан бачення стратегічної моделі управління вартістю підприємств висуває на перший план питання ефективного інноваційного розвитку. Наразі, як у теоретичних дослідженнях, так і в практичному втіленні виступає методичний підхід щодо аналізу даного процесу та удосконалення в процесі динамічних та структурних змін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Впродовж останніх років інтерес науковців до пошуку шляхів збільшення вартості вітчизняних суб'єктів господарювання збільшується. Серед розмаїття запропонованих підходів варто відзначити праці Сасенко М., Кульбач Ю., Вороніна А. В. [3], Прохорової В. В. [11], Дорошенко Н. [5], Кривов'язюк І. В. [7], Бурбан О., Пілецької С. Т., Коритько Т. Ю. [10] та ін.

Вони ґрунтуються на різноманітних підходах щодо оцінки вартості майна підприємства через кількісне визначенні теперішньої вартості очікуваних вигід від володіння корпоративними правами підприємства, використання показників фінансово-господарського стану та ефективності, оцінювання результатів у порівнянні з іншими бізнес-аналогами тощо. Серед методів економіко-математичного апарату оцінювання найчастіше використовують інтегральний метод, ранговий метод, матричний метод, систему збалансованих показників, метод експертних оцінок, математико-стохастичні методи, методи порівняння та дисконтування, ситуаційне моделювання, метод нечіткої логіки, метод нейронних мереж, VBM –менеджмент тощо.

Формулювання мети статті. Основною метою даного наукового дослідження є дослідження та удосконалення теоретичних та практичних засад щодо стратегічного управління вартістю підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах жорсткої конкуренції, коли важко не тільки вийти на нові ринки, а й утримати наявні, здатність підприємства перевершити конкурентів і досягти своїх цілей залежить від ефективного управління. Однак підприємства можуть досягати результатів не тільки внаслідок свого удосконалення управління, а також завдяки випадковості або впливу факторів непов'язаних з ефективністю діяльності. Наприклад, збільшення продажів і прибутку може бути результатом підвищення цін на продукцію, тобто вдалої кон'юнктури, продажу непотрібних активів або втручання в діяльність конкурентів. Тому необхідно визначити критерії, які відображають ефективність управління підприємством та дають можливість відобразити певні чинники, що впливають на підвищення виручки від реалізації, вартість активів і вартість підприємства.

Узагальнюючі результати аналізу прикладних методичних підходів щодо стратегічного управління вартістю підприємства на локальному рівні та моделей їх побудови, варто взяти за базис наукові напрацювання, які зазначено в табл. 1. Так, А. В. Воронін розглядає управління вартістю підприємства через оцінку факторів впливу. Мендрул О. Г. зосереджується на управління вартістю підприємства через поліпшення стратегічних, тактичних та оперативних рішень, С. Т. Пілецька та Т. Ю. Коритько – вказують, що вище означену проблему потрібно вирішувати в межах VBM-менеджменту, тобто рекомендують практичне використання критеріїв економічної доданої вартості (EVA – Economic Value Added), що являє собою модифікацію показника чистого операційного прибутку) для визначення ефективності управління підприємством через приріст (зменшення) рівня капіталізації підприємства.

Відаючи належне надбанням науковців з досліджуваної проблематики, потребує більш глибоко дослідження питання стратегічного підходу щодо вартості підприємств у контексті інноваційного потенціалу, котрий координує три рівні зв'язків і відносин, що мали місце в минулому, існуючих у сьогоденні і орієнтованих на розвиток в майбутньому.

Стисла характеристика поглядів, що характеризують управління вартістю підприємства

Автор	Характеристика	Примітка
Воронін А. В. [3]	Система методів впливу на внутрішні фактори підприємства і опосередковано на фактори зовнішнього середовища з метою забезпечення його динамічного розвитку, підвищення стійкості у зовнішньому середовищі, інвестиційної привабливості за допомогою досягнення зростання його вартості.	Сучасна концепція управління вартістю підприємства і методи її оцінювання зорієнтовані на визначення та управління ринковою вартістю суб'єкта господарювання.
Мендрул О. Г.[8]	Інтегруючий процес, спрямований на поліпшення стратегічних, тактичних та оперативних рішень за рахунок концентрації зусиль на факторах формування вартості.	Визначення вартості підприємства зумовлює інтеграцію оцінки в систему вартісно-орієнтованого управління підприємством шляхом встановлення відповідних пріоритетів в управлінні.
Пілецька С. Т., Коритько Т. Ю. [10]	Аналіз сумарного ефекту різних структурних підрозділів та напрямків діяльності, визначення стратегії розвитку, розробка прогнозу та плану дій на перспективу, встановлення результатів використання витрачених ресурсів та рівень капіталізації.	Рівень капіталізації підприємства в межах оцінки управління на основі VBM-менеджменту з визначенням показника EVA.

Вище запропоновані погляди на управління вартістю підприємства задовольняють потреби аналітиків лише в частині окремого напрямку діяльності, а стратегія враховує фактори, котрі зазвичай не є односторонніми і сприяють розробці заходів щодо вдосконалення управління. Однак, в комплексі застосування цих поглядів, формується спеціальний механізм проведення такої діагностики, що сприятиме простоті не лише її наукового, але й практичного використання. Методика оцінки представлена на рис. 1.

Запропонований підхід щодо комплексної оцінки ефективності управління вартістю підприємства у контексті обраної системи методів оцінки, включає послідовне висвітлення чотирьох кроків. Метою проведення діагностики є формування напрямів щодо оцінки існуючого рівня вартості підприємства в контексті визначення стратегічних напрямів підвищення ефективності управління. Базові цілі формують основні критерії, що слугують відображенням рівня ефективності управління вартістю підприємства у процесі виникнення змін. Визначене сприяє акцентуванню уваги на оцінці управління вартістю підприємства за допомогою наступних складових:

– набута вартість (базовий рівень) – здійснюється оцінка існуючої вартості та елементів, що її визначають;

– поточна вартість (поточний рівень), тобто на останню звітну дату – здійснюється оцінка наявної вартості та її розподіл за напрямками; визначаються чинники, що впливають на процеси управління вартістю підприємства та ступінь їх впливу на зміни;

майбутня поточна вартість (стратегічний рівень) визначаються основні потенційні напрями збільшення вартості підприємства та здійснюється оптимізація варіантів у співвідношенні до сформованих стратегічних карт.

При цьому ефективність зміни вартості підприємства та змін на підприємстві внаслідок управління процесами надають можливість за допомогою функції часу відобразити якість управління на основі інтегрального показника ефективності управління вартістю підприємства та визначити результативність запропонованих заходів підприємства за поєднанням різних підходів оцінки вартості майна підприємства:

$$In \begin{cases} B \rightarrow \max \\ P \rightarrow \max, \\ C \rightarrow \max \end{cases}$$

де I – інтегральний показник ефективності управління вартістю підприємства;
 B – набута вартість (базовий рівень);

Π – поточна вартість (поточний рівень);
 C – майбутня вартість (стратегічний рівень).



Рис. 1. Методичний підхід щодо комплексної оцінки ефективності управління вартістю підприємства

При цьому має виконуватись умова зростання вартості підприємства та її рівня внаслідок ефективного управління вартістю підприємства:

$$B \leq \Pi \leq C$$

У відповідності до запропонованої концепції, діагностика ефективності управління вартістю підприємства передбачає моделювання ефективного стратегічного управління за рахунок обґрунтування основних чинників: ресурсів; фінансового, інтелектуального, інноваційного потенціалу та їх вплив на фінансові результати та капіталізацію підприємства.

Опираючись на результати власних досліджень та наукових доробок, акцентуємо увагу на питаннях, що потребують адекватного наукового розв'язання: визначення алгоритму діагностики та принципів аналітичного дослідження вартості підприємства на основі ефективного управління змінами; обґрунтування критеріїв оцінки та показників ефективності у контексті управління.

В процесі дослідження акцентовано увагу на стратегічних напрямках підвищення ефективності управління вартістю підприємства: на основі зростання якості управління

через наявний стан та можливості планування та прогнозування стратегічного управління підприємства. Це дозволить здійснити комплексну характеристику управління вартістю підприємства, що відобразить ступінь наявної вартості підприємства та спроможність досягати стратегічних цілей збільшенні

вартості підприємства, здатності до стійкої життєдіяльності у конкурентному ринковому середовищі за допомогою узагальнюючих показників, що охоплюють різні напрями, а саме: виробництво, фінанси, інвестиції, інновації, маркетинг та організаційний напрям (табл. 2).

Таблиця 2

Складові оцінки вартості підприємства

СКЛАДОВІ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА					
Виробництво	Фінанси	Інвестиції	Інновації	Маркетинг	Організація
Обсяги реалізації	Структура капіталу	Надійність капіталовкладень	Сучасні технології виробництва	Частка ринку	Кваліфіковані кадри
Мінімізація витрат	Ліквідність	Дохідність інвестицій	Сучасні технології управління	Мережа підприємств	Актуальна організаційна структура
Зростання прибутковості	Платоспроможність	Ринкова вартість вкладень	Інновації цінової політики	Прихильність споживачів	Вартісне мислення працівників
Зростання рентабельності	Фінансова стійкість	Ліквідність фінансових інвестицій	Інновації товару/послуги	Нові товари/послуги	Стиль керівництва

До певних стратегічних орієнтирів у формуванні передумов зростання вартості підприємства слід додати обрану бізнес-модель для отримання як конкурентних переваг, так і розширення ринку. Також можна розглядати «Бізнес-модель як інструмент коригування стратегічних позицій підприємств на конкурентних ринках, що являє собою сукупність взаємопов'язаних стратегічних і тактичних рішень, що формують процес ведення бізнесу підприємством. Стратегічні та тактичні рішення повинні відображати обрані характеристики кожного компонента бізнес-моделі. Спосіб ведення бізнесу відображає, які продукти або послуги пропонує підприємство, кому пропонуються ці продукти або послуги, з ким підприємство взаємодіє для їх створення і які фінансові наслідки це несе» [11].

У розрізі системного підходу вектор детермінантів впливу на ріст вартості компанії повинен включати наступні фактори: сприятливі ринкові умови, відповідність політики підприємства розвитку техніки та технологій, ефективність відносин зі споживачами, постачальниками, конкурентами тощо [5]. Для визначення напрямів управління вартістю підприємством слід використовувати узагальнений підхід, тобто систему цілей, яка б відображала не лише вартість всіх активів,

які включають цілісний майновий комплекс без врахування зобов'язань, а й перспективні напрями збільшення.

Основним завданням підприємства, яке функціонує в умовах ринкової економіки є максимізація прибутку, важливу роль у цьому відіграють інновації. Це нові технічні, організаційні та інші складові, що удосконалюють основні принципи менеджменту для адаптації до особливостей внутрішнього середовища підприємства, створюючи умови для оновлення та економічного зростання.

Організаційно складова максимізації прибутку передбачає очікуваний прибуток від підвищення ефективності системи управління. Вартість підприємства обумовлюється також не тільки стилем керівництва, але й лідера «...компетентність підтверджується вже не самого лідера, а «компетентністю команди», здатної відповідально і вчасно виконувати стратегічні плани і тактичні завдання для підтримання фінансово-економічних інтересів колективу і зацікавлених осіб. Лідер вже має обрати відповідний до виробничо-господарської діяльності підприємства власний стиль і систему взаємодії (взаємовідносин) із дотичними його відповідальності підрозділами, націлений на формування команд, здатних баз конфліктів сприймати необхідні зміни»[1].

Варто відзначити, що збільшення вартості підприємства можна також розглядати з різних позицій – монокритеріального та полікритеріального. Монокритеріальний передбачає максимізацію однієї зі складових оцінки вартості підприємства, полікритеріальний – оптимізує кілька складових оцінки вартості підприємства. Деякі параметри оцінки можуть бути на нормативному рівні, а інші повинні слідувати до граничних значень максимуму. Полікритеріальний підхід реалізується через розрахунок різних критеріїв не конкретизуючи складові, які необхідно максимізувати для збільшення вартості підприємства, але використання цього підходу дає можливість здійснити оптимізацію за кількома параметрами.

Висновки. Отримані результати наукового дослідження засвідчили необхідність розробки комплексної оцінки вартості підприємства при інноваційному стратегічному управлінні задля діагностики стану, тенденцій та визначення факторів, що призводять до зростання та зниження вартості конкретного підприємства, його потенціалу у розрізі складових, результативних показників від застосування управлінського інструментарію.

Таким чином, як показує сучасна практика, багато традиційних підходів до управління вартістю підприємств стають менш ефективними. Окреслені складові вартості підприємства виступають основою системи стратегічного управління та згруповані для того, щоб відобразити всі істотні з погляду стратегії аспекти діяльності підприємства. Процес управління вартістю передбачає не просто розрахунок вартості підприємства, а також управління зміною вартості.

Література

1. Ареф'єв С. Genesis of leadership development in the management of economic interests of the enterprise. *Adaptive Management: Theory and Practice. Series Economics*. 2020. 9 (18). <https://amtp.org.ua/index.php/journal2/article/download/316/281>
2. Ареф'єва О.В., Мягких І.М., Росумака Т.Г. Власний капітал підприємства та проблеми його формування. *Інтелект XXI*. 2016. № 6. С. 161-169.
3. Воронін А.В. Системний підхід до управління вартістю підприємства. *Економіка і організація управління*. 2016. № 3(23). С. 148-155.
4. Дейнека О.В., Дехтяр Н.А., Пігуль Є.І. Актуальні питання управління вартістю підприємства. *Економіка і суспільство*. 2017. 12. С. 240-245.

5. Дорошенко Г. Вартість підприємства та формування вимог до системи показників її оцінки. *Соціальна економіка*. 2019. (58). С. 15-20.

6. Коваленко Н.В. Управління розвитком промислових підприємств: теоретичний складник. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. Випуск 6(74). С. 71-84.

7. Кривов'язюк І.В., Бурбан О.В. Економічна сутність поняття «вартість підприємства» та детермінанти її зростання. *Економіка та держава*. 2020. № 10. С. 99-104.

8. Мендрул О.Г. Управління вартістю підприємства: монографія. К.: КНЕУ, 2002. 272 с.

9. Нусінова О.В. Вартість підприємства як показник результатів діяльності. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2011. Випуск 2 (34). С. 132-135.

10. Пілецька С.Т., Коритько Т.Ю. Ефективність управління підприємством, підходи та методи щодо її оцінки. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. 5 (67). С. 100-106.

11. Прохорова В.В. Бізнес-моделі як інструмент коригування стратегічних позицій підприємств на конкурентних ринках. *Проблеми економіки*. 2020. 2 (44). С. 274-280.

12. Синілова О.М. Вплив інновацій на вартість промислових підприємств України. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна серія «Економічна»*. 2021. 101. С. 130-140.

13. Kuzior A., Arefieva O., Poberezhna Z., Iumentsev O. The Mechanism of Forming the Strategic Potential of an Enterprise in a Circular Economy. *Sustainability*. 2022, 14, 3258.

References

1. Arefiev, S. (2020). Genesis of leadership development in the management of economic interests of the enterprise. *Adaptive Management: Theory and Practice. Series Economics*, 9(18). <https://amtp.org.ua/index.php/journal2/article/download/316/281>
[https://doi.org/10.33296/2707-0654-9\(18\)-01](https://doi.org/10.33296/2707-0654-9(18)-01)
2. Arefieva, O.V., Miahkykh, I.M., Rosumaka, T.H. (2016). Vlasnyy kapital pidprijemstva ta problemy yoho formuvannia. *Intelekt XXI*, (6), 161-169.
3. Voronin, A.V. (2016). Systemnyy pidkhd do upravlinnia vartistiu pidprijemstva. *Ekonomika i orhantzatsiia upravlinnia*, 3(23), 148-155.
4. Deyneka, O.V., Dekhtiar, N.A., & Pihul, Ye.I. (2017). Aktualni pytannia upravlinnia vartistiu pidprijemstva. *Ekonomika i suspilstvo*, (12), 240-245.
5. Doroshenko, H. (2019). Vartist pidprijemstva ta formuvannia vymoh do systemy pokaznykiv yiyi otsinky. *Sotsialna ekonomika*, (58), 15-20.
<https://doi.org/10.26565/2524-2547-2019-58-02>
6. Kovalenko N.V. (2019). Upravlinnia rozvytkom promyslovykh pidprijemstv: teoretychnyy skladnyk. *Problemy systemnoho pidkhdohu v ekonomitsi*, Issue 6(74), 71-84.
<https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-6-35>
7. Kryvoviazuk, I.V., & Burban, O.V. (2020). Ekonomichna sutnist poniattia «vartist pidprijemstva» ta

determinanty yiyi zrostantia. Ekonomika ta derzhava, (10), 99-104.

<https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.10.99>

8. Mendrul, O.H. (2002). Upravlinnia vartistiu pidpriemstva. Kyiv: KNEU.

9. Nusinova, O.V. (2011). Vartist pidpriemstva yak pokaznyk rezultativ diialnosti. Naukovyy visnyk Uzhhorodskoho universytetu, Issue 2(34), 132-135.

10. Piletska, S.T., Korytko, T.Yu. (2018). Efektyvnist upravlinnia pidpriemstvom, pidkhody ta metody shchodo yiyi otsinky. Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi, 5(67), 100-106.

11. Prokhorova, V.V. (2020). Biznes-modeli yak instrument koryhuvannia stratehichnykh pozytsiy

pidpriemstv na konkurentnykh rynkakh. Problemy ekonomiky, 2(44), 274-280.

<https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-2-274-280>

12. Synilova, O.M. (2021). Vplyv innovatsiy na vartist promyslovykh pidpriemstv Ukrainy. Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.N. Karazina, Ser. «Ekonomichna», (101), 130-140.

<https://doi.org/10.26565/2311-2379-2021-101-13>

13. Kuzior, A., Arefieva, O., Poberezhna, Z., Ihumentsev, O. (2022). The Mechanism of Forming the Strategic Potential of an Enterprise in a Circular Economy. Sustainability, 14, 3258.

<https://doi.org/10.3390/su14063258>

STRATEGIC MANAGEMENT OF ENTERPRISE VALUE IN THE CONDITIONS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT

*O. V. Arefieva, D.E., Professor, National Aviation University,
N. V. Kovalenko, D.E., Professor, National Transport University,
M. M. Andriienko, Ph. D (Econ.), National Aviation University*

Methods. When conducting a study of strategic enterprise cost management under innovative development, the method of scientific abstraction was used – in determining theoretical and methodological approaches regarding the essence of the concept of «enterprise cost management»; system approach – in the formation of a methodical approach to comprehensive assessment of the effectiveness of enterprise cost management.

Results. It has been demonstrated that the new management paradigm, which is based on a strategic approach, has led to a change in the goals and criteria of the company's activity, namely: the criteria for the success of the its activity and the basis for determining its mission are the cost, which allows for a quantitative assessment of both strategic goals and the level of their implementation. It was found that despite the presence of a wide arsenal of methods for estimating the value of an enterprise, none of them take into account its specificity, as well as the factors that shape the value. Work was carried out on the formation of an applied methodical approach to strategic management of enterprise value.

Novelty. A methodical approach to strategic management of enterprise value is proposed, which is based on a comprehensive approach to estimating its value and is characterized by ease of application. The developed approach is universal for any enterprise and ensures consistency in the implementation of principles and methods. It takes into account all stages of strategic management of the enterprise's value, as well as other criteria, in particular, the volume of production, profit.

Practical value. The obtained results of the scientific research proved the need to develop a comprehensive assessment of the value of the enterprise under innovative strategic management in order to diagnose the state, trends and determine the factors that contribute to the growth of its value and potential. Since the main component of the increase in the value of equity capital is the steady rate of growth of profitability and the amount of cash flow, the main attention is focused on indicators of profitability. Accordingly, the cost is a key point of the strategic management system of the enterprise and is used both for the formation of its specific goals and objectives, and serves as a criterion for evaluating the success of strategy implementation.

Keywords: strategic management, enterprise value for innovative development, approaches to enterprise value management, value change management.

Надійшла до редакції 10.11.22 р.