

В умовах радикальних економічних реформ необхідно використовувати усі механізми управління диверсифікацією як засобу забезпечення стабільного розвитку підприємств. Тоді буде вагомий внесок диверсифікаційних підприємств у внутрішній валовий продукт країни та до державного бюджету, у збільшенні кількості робочих місць, а держава, у свою чергу, має зацікавити підприємства у створенні умов для їх розвитку, прибутковості, підвищенні конкурентоспроможності [3, с. 94].

Висновки. Диверсифікацію можна розглядати у двох якостях: як стратегію протидії невизначеності і як стратегію пристосування до діяльності в умовах невизначеності.

Зважаючи на нестабільність економіки та мінливості ринку, сучасним підприємствам необхідно приділяти значну увагу стратегічному управлінню на основі диверсифікації своєї діяльності. Незважаючи на значний ризик, після впровадження стратегії диверсифікації в більшості випадків підприємство отримує значні переваги, підвищує свою конкурентоспроможність та стабільність у своїй діяльності.

Література.

1. Шершньова З.Є. Стратегічне управління / З.Є. Шершньова, С.В. Оборська. - К.: КНЕУ, 2010. - 384 с.
2. Корінько М.Д. Диверсифікація, як економічний процес / М.Д. Корінько. – К.: Аграріка, 2011. – 174 с.
3. Корінько М. Д. Контроль та аналіз діяльності суб'єктів господарювання в умовах диверсифікації: теорія, методологія, організація / М. Д. Корінько. - К.: Професіонал, 2008. - 361 с.

МАКСИМІЗАЦІЯ ВАРТОСТІ ЯК ЦІЛЬ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Болдаш Н. Ю., студент

*Науковий керівник: Герасимова О. Л., к.т.н., доцент
ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та
архітектури»*

У 60-х роках ХХ століття прийшло визнання в якості стратегічної мети розвитку організації збільшення її вартості. Сучасна *парадигма управління* повинна відображати зміни в бізнес-моделі підприємства,

які сприяють нарощуванню вартості. Головною метою стратегічного управління є максимізація вартості, а загальним критерієм ефективності управління - її приріст.

Максимізація вартості компанії є головною метою стратегічного управління, оскільки ефективність управління підприємством визначається не його ліквідністю або величиною прибутку, а збільшенням "ціни" бізнесу (рис. 1). У вітчизняних компаній зараз з'явився шанс проскочити кілька кроків розвитку управлінських технологій, зробивши еволюційний стрибок від тактики розрізнених дій до використання вартісних категорій.



Рисунок 1 - Загальні постулати стратегічного управління

Багаторічний західний і вже напрацьований вітчизняний досвід менеджменту довели, що компанії, які зосереджують свою увагу тільки на показниках прибутку або рентабельності, страждають короткозорістю. Менеджери повинні аналізувати кожен свій крок з точки зору впливу на зростання вартості компанії. Всі без винятку управлінські рішення знаходять своє відображення в грошовому потоці, тобто впливають на зміни притоку або відтоку грошових коштів. Через це компанії повинні ставити перед собою цілі, які можливо виразити показниками дисконтованого грошового потоку.

Глобальна стратегія максимізації вартості може бути перетворена в гіллясте дерево цілей і показників вартісного управління по всім рівням організації. І якщо така робота проведена, то слід з упевненістю сказати, що менеджери сповідують мислення, в основі якого є вартісний підхід.

Головний недолік як давно перевірених, так і нових (наприклад, система загального управління якістю, методи реінжинірингу бізнес-процесів та ін.) управлінських концепцій й технік в тому, що в них

відсутні взаємопов'язані критерії і цільові нормативи ефективності, що ускладнює підсумкову оцінку впливу кожної впровадженої системи на бізнес в цілому.

Система оцінки вартості повинна охоплювати:

1. Розробку обґрунтованої стратегії і визначення техніко-економічних параметрів розвитку, в тому числі для лінійно-функціональних підрозділів;
2. Формування інвестиційної програми розвитку (*CapEx*) - фактичної і стратегічної;
3. Планування бюджетів доходів і витрат (*P&L*) - фактичного і стратегічного;
4. Оцінку кінцевих економічних результатів (*Cash Flow*) - фактичних і стратегічних;
5. Складання на основі фактичного і стратегічного балансів доходів і витрат річних балансів (*Balance*) підприємства;
6. Організацію найбільш ефективних систем заохочення.

Все вищевикладене дозволяє розглядати менеджмент як соціальну систему підприємства, спрямовану на зростання вартості бізнесу та орієнтовану на відображення в управлінні стратегічного стилю мислення, що враховує динамізм зовнішнього середовища, а також конкурентні можливості розвитку господарської діяльності.

Систему управління вартістю підприємства слід розглядати з позиції чотирьох точок зору: *власників; споживачів; господарюючих суб'єктів; учасників процесу управління.*

Ключовим фактором, що впливає на управління вартістю, вважають переважно результативність фінансової діяльності, що виражає інтереси власників. При розробці моделей управління вартістю не приділяється належної уваги інтересам споживачів та господарюючих суб'єктів, практично не враховуються чинники управління нововведеннями.

Традиційно управління вартістю охоплює шість етапів:

1. Розробка стратегії;
2. Оцінка ринкової вартості;
3. Визначення факторів вартості;
4. Створення системи оцінки оперативних і стратегічних управлінських рішень;
5. Аналіз внеску підрозділів у вартість підприємства;
6. Моніторинг оцінки діяльності підприємства з позиції управління вартістю.

Оцінка, як процес визначення вартості прав власності на той чи інший об'єкт, відома давно. В першу чергу бурхливе зростання ринку нерухомості викликало попит на оцінку її ринкової вартості. Потім розвиток кредитних, страхових та орендних відносин, купівля-продаж промислової нерухомості, а також машин та обладнання, розробка бізнес-планів інвестиційних проектів, банкрутство, злиття і поділ підприємств, аукціони та конкурси з продажу пакетів акцій підприємств і маса інших ситуацій, що виникають у господарській практиці, сформували потребу в достовірній оцінці тих чи інших об'єктів власності в кожному конкретному випадку. Але до недавнього часу оцінка розглядалася у відриві від цілей і завдань стратегічного управління та фінансового менеджменту.

Обов'язкові переоцінки зіграли позитивну роль з точки зору формування ставлення керівників до вартості майна як до керованого параметру. До цього нікого не бентежило, що дебіторською заборгованістю, запасами і витратами (а отже, і їх вартістю) потрібно і можна управляти. А те, що за допомогою оцінки вартості машин та обладнання, будівель і споруд можна управляти, теж спочатку здавалося дивним. Взагалі бухгалтер і фінансовий менеджер по-різному сприймають завдання оцінки. Для бухгалтера це одноразовий процес, метою якого є розрахунок вартості майна.

Менеджер повинен дивитися ширше: вартість майна його цікавить не тільки як фактор формування оподаткованої бази по податках на майно і на прибуток, але й як керований параметр, величина якого серйозно впливає на всі цілі та результати діяльності підприємства (формування джерел фінансування, забезпечення інвестиційної привабливості, управління виробничими і фінансовими ризиками та ін.). У цих ситуаціях оцінка виступає як дуже дієвий інструмент поточного управління. Зараз оцінка не тільки активів, але й бізнесу стала допомагати вирішувати тактичні завдання. Наприклад, вона допомагає визначити, в якій пропорції міняти дебіторську заборгованість підприємства на його акції. Цей метод отримання частини контролю став зараз дуже популярний: навіть купувати акції, коли можна купити борги, які потім перетворити в акції, причому обійдеться це набагато дешевше.

Оцінка бізнесу - це оцінка ринкової вартості власного капіталу підприємства або якоїсь його частини (наприклад, 10%-ого пакету акцій). Оцінка вартості акцій підприємства може розглядатися як окремий випадок оцінки бізнесу. Обмовимося: оцінка бізнесу і оцінка

ринкової вартості майна - це далеко не тотожні поняття, оскільки оцінка бізнесу передбачає визначення вартості підприємства для власника (який, припустимо, вирішив його продати), а частина активів, тобто майна, як відомо, може фінансуватися за рахунок позикового капіталу. Термінологію оцінки бізнесу встановлюють стандарти BSV: вартість компанії (підприємства) – *Enterprise Value (EV)* загальна вартість підприємства - *Total enterprise value (TEV)*; вартість фірми - *Firm value (FV)*.

Література.

1. Василенко В. О. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. [Текст] / В. О. Василенко, В. Г. Шматько. – Київ: ЦУЛ, Фенікс, 2013. – 440 с.
2. Павловський М.А. Стратегія розвитку суспільства: Україна і світ (економіка, політологія, соціологія) [Текст] / М.А. Павловський. – К.: Техніка, 2001. – 312 с.
3. Денисюк В. Відкриті інновації: новітні реалії у комерціалізації результатів досліджень, розробок та технологій [Текст] / В. Денисюк // Економіст. – 2014. - № 12. – С. 34-37.
4. Головкова Л.С. Сукупний економічний потенціал корпорації: формування та розвиток: монографія [Текст] / Л.С. Головкова. – Запоріжжя: КПУ 2009. - 339 с.
5. Головкова Л.С. Сутність і завдання управління кадровим потенціалом підприємств [Текст] / Л.С. Головкова, О.О. Лукашов, А.Є. Головкова // Держава та регіони : науково-виробничий журнал. Серія: Економіка та підприємництво. – 2010. – № 5. – С. 33–38.

АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Кордіс А. С., студент; Кірнос О. І., к.т.н., доцент
ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та
архітектури»*

За даними Мінрегіону України, у січні-серпні 2016 року вітчизняними підприємствами виконано будівельних робіт на суму 36,9 млрд. грн. Індекс будівельної продукції становить 111,9 % порівняно з відповідним періодом 2015 року.