

Багацька К.В., к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів

Національного університету харчових технологій,

м. Київ, Україна

Оцінка факторів утворення вартості підприємств харчової промисловості

Протягом останнього десятиріччя серед різних підприємств корпоративного типу України поширюється концепція управління, орієнтованого на зростання ринкової вартості компанії, зокрема як її майна, так і вартості бізнесу в цілому.

Концепція вартісно-орієнтованого управління бере свій початок із праць відомого американського економіста І. Фішера, який в своїх працях розглядав теоретичні і практичні аспекти корпоративного управління з позиції власників компанії, як існуючих акціонерів, так і потенційних інвесторів [4].

З розвитком теорії і практики вартісно-орієнтованого управління підприємствами з'явилися відповідні методологічні підходи та методики оцінки ринкової вартості підприємства, а також спеціальних фінансових показників ефективності, що відповідають цілям і принципам вартісно-орієнтованого управління. Методологічна і методична база оцінки вартості підприємства як суб'єкта купівлі-продажу на ринку капіталів прийшла в Україну із зарубіжних джерел розвинених країн світу. Використовувати її в повному обсязі і беззаперечно для оцінки ринкової вартості українських підприємств недоцільно і неможливо внаслідок суттєвих відмінностей в розвитку ринків капіталу, а також внаслідок відмінностей у фінансовому обліку і звітності, які ще не в повній мірі ліквідовані в процесі переходу України на міжнародні стандарти обліку і звітності.

Крім того, деякі галузі економіки не можуть беззаперечно прийняти для своїх підприємств концепцію вартісно-орієнтованого управління. Серед таких галузей варто виділити сільське господарство, а також харчову промисловість. Якщо на підприємствах вказаних галузей ринкова вартість акцій і вигода акціонерів

стануть основними критеріями ефективності і успішності діяльності, то це поряд з недостатнім державним контролем за якістю і безпекою харчових продуктів може становити пряму загрозу продовольчій безпеці нашої країни.

Але разом з тим зазначимо, що удосконалення корпоративних відносин в Україні, активізація процесів злиття і поглинання, утворення інтегрованих корпоративних структур, що має місце в харчовій промисловості України, а також поступова інтеграція української економіки в світову, вимагає адаптації сучасних форм управління підприємствами до українських реалій.

Так, кількість акціонерних товариств в харчовій промисловості на кінець 2012 року становить 559 одиниць. Незважаючи на зменшення кількості акціонерних товариств на ринку, значні обсяги інвестицій в харчову промисловість і зростаючі тенденції до об'єднання підприємств в інтегровані корпоративні структури підтверджують актуальність вартісно-орієнтованого управління. Кількість прибуткових підприємств харчової промисловості на кінець 2012 року становить – 56,9%, на кінець 2011 року – 59,8%, що дає підставу для висновків про достатню інвестиційну привабливість цієї галузі. Це підтверджується і статистичними даними. Зокрема, обсяги капітальних інвестицій в харчову промисловість щорічно зростають на 15-20%, обсяги прямих іноземних інвестицій в харчову промисловість становить також вагомий частку серед підприємств промисловості, а саме 5,6% від загальної суми іноземних інвестицій за перше півріччя 2013 року. [3, с.1-2].

Значна кількість підприємств харчової промисловості України має в структурі акціонерного капіталу іноземний капітал, що свідчить про потенційні можливості поширення концепції вартісно-орієнтованого управління перш за все на таких підприємствах.

Коректна оцінка ринкової вартості підприємства і розробка тактичних і стратегічних заходів щодо її зростання вимагає визначення ключових факторів утворення ринкової вартості з урахуванням специфіки діяльності підприємства, особливостей галузі, ринку, а також фактичного стану і перспектив розвитку економіки країни в цілому.

Для управління вартістю підприємства необхідно чітко розуміти ті параметри його діяльності, які безпосередньо і опосередковано впливають на вартість, а також обрати серед множини параметрів основні (ключові) фактори утворення і зростання вартості.

Визначення цих факторів має велике значення, оскільки керівництво підприємства, як вищої, так і середньої ланки, не можуть безпосередньо впливати на ринкову вартість підприємства, але здатні управляти і контролювати окремі параметри, які утворюють вартість. Крім того, визначення ключових факторів утворення вартості допомагає керівництву вищої ланки адекватно оцінювати всі процеси, що відбуваються на інших рівнях компанії, і ефективно ставити завдання перед керівниками нижчих рівнів.

На думку фахівців Бостонської консультативної групи існує три головних умови зростання вартості підприємства:

- прибуток компанії має зростати, а рентабельність її діяльності має перевищувати середню вартість залученого капіталу;
- необхідно, щоб компанія була здатна обрати найбільш вигідні і перспективні сфери бізнесу і інвестувати в них свої кошти, а діяльність у менш вигідних сферах необхідно припинити;
- компанія має постійно нарощувати обсяги інвестицій. А для цього необхідно виконувати і першу і другу умову [2, с.1].

В праці [1, с.3] виділяються наступні ключові фактори утворення вартості підприємства:

- стратегічні інвестиції (матеріальні і нематеріальні);
- генерований цими інвестиціями грошовий потік (наприклад, дивіденди);
- термін економічної експлуатації цих інвестицій (обмежений чи необмежений);
- пов'язана з цим вартість капіталу (мінімальна норма прибутку на інвестований капітал).

Також до факторів утворення ринкової вартості підприємств належать і ринкові показники зовнішнього рівня, а саме: витрати на створення аналогічного підприємства, стан попиту і пропозиції на подібні майнові комплекси, динаміка

капітальних інвестицій в галузі, кількість угод M&A в галузі, ступінь контролю над бізнесом, ступінь державного втручання тощо.

Крім вказаних факторів утворення ринкової вартості, для підприємств харчової промисловості варто виділити окрему групу параметрів, що стосуються галузевої специфіки, чинять суттєвий вплив на споживчий попит і на інвестиційну привабливість підприємства, а отже, впливають і на створення ринкової вартості.

До цих факторів необхідно віднести параметри безпеки продуктів, що виробляють підприємства харчової промисловості і пов'язані з цим показники уподобань споживачів. Адже не тільки в розвинених країнах, а й в Україні споживачі починають поступово віддавати перевагу натуральним і безпечним продуктам харчування перед дешевими, але шкідливими аналогами.

Показники якості і безпеки готової продукції мають велике значення не тільки для виробників продуктів харчування, але саме в цій галузі орієнтація на якість і безпеку продукції має надзвичайне соціальне значення. Висока безпечність і натуральність продуктів харчування як правило негативним чином позначається на прибутковості (внаслідок високої собівартості, коротких термінів зберігання) і потребує значних капітальних вкладень, пов'язаних із запровадженням певних стандартів якості. Але завдяки прихильності споживачів високі дотримання високих стандартів якості і харчової безпеки (хоча б за деякими номенклатурними одиницями) створює позитивний імідж виробника, що відповідно впливає на зростання інвестиційної привабливості, і, відповідно, на зростанні ринкової вартості підприємства.

Кількісне вимірювання вказаних параметрів може бути проведене з використанням наступних показників:

- частка продукції з високими стандартами якості і харчової безпеки у загальному обсязі реалізації продукції;
- частка витрат на впровадження систем контролю якості в загальній сумі капітальних витрат;
- частка капітальних вкладень у виробниче обладнання продуктів з підвищеними якісними характеристиками;

- частка замовлень на продукцію з високими стандартами якості і безпеки в загальній кількості замовлень від дистриб'юторів.

Використання вказаних показників в комплексі з іншими показниками-факторами утворення ринкової вартості сприятиме адаптації концепції вартісно-орієнтованого управління для виробників продуктів харчування.

Література:

1. Р.Кашеев. Модель оценки стоимости компании: разработка и применение [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fd.ru/articles/6185>
2. Н.Г. Ольдерогге. Структура подходов и методов оценки бизнеса и компаний [Електронний ресурс]. – Режим доступу [http:// www.elitarium.ru/2008/11/05/](http://www.elitarium.ru/2008/11/05/)
3. Основні показники економічного і соціального розвитку України // Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat_id=32
4. Fisher I. The Theory of Interest: As Determined by Impatience to Spend Income and Opportunity to Invest It / I. Fisher – N.Y. MacMillan, 1930. – 566p.