

Надія Миколаївна ДАВИДЕНКО

доктор економічних наук,
професор,
завідувач кафедри фінансів,
Національний університет біоресурсів та природокористування України

Юлія Олександрівна КУЛЬБАЧ

аспірант,
кафедра фінансів,
Національний університет біоресурсів та природокористування України
E-mail: BagachkaZ777@ukr.net

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СУТНОСТІ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Давиденко, Н. М. Теоретичні аспекти сутності вартості підприємства / Надія Миколаївна Давиденко, Юлія Олександрівна Кульбач // Український журнал прикладної економіки. – 2017. – Том 2. – № 2. – С. 32-38. – ISSN 2415-8453.

Анотація

У статті розглянуто сутність поняття «вартість підприємства», з позиції розмежування понять «ціна», «цінність» та «вартість підприємства», а також висвітлено різницю таких категорій як «фірма», «бізнес», «підприємство», з метою обґрунтування сутності вартості підприємства. Досліджено сутність терміну «вартість підприємства» з позиції різних підходів. Висвітлено сучасні погляди щодо визначення вартості в економічній термінології, особливості підприємства як об'єкта визначення вартості, та на цій основі узагальнення бачення вартості підприємства.

Ключові слова: *вартість; ціна; цінність; фірма; бізнес; підприємство; вартість підприємства; теорія вартості.*

Nadiia Mykolaivna DAVYDENKO

Doctor of Science (Economic),
Professor,
Head,
Department of Finance
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

Yuliia Oleksandrivna KULBACH

Postgraduate Student,
Department of finance,
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
E-mail: BagachkaZ777@ukr.net

THEORETICAL ASPECTS OF THE NATURE OF ENTERPRISE VALUE

Abstract

The essence of the concept "the enterprise value" is considered in the article. It is done on the

© Надія Миколаївна Давиденко, Юлія Олександрівна Кульбач, 2017

basis of the delimitation of the concepts of "price", "value" and "cost of the enterprise", as well as the difference between such categories as "firm", "business", "enterprise", in order to substantiate the nature of enterprise value. The essence of the term "the enterprise value" from the standpoint of different approaches is investigated. The modern views on the definition of value in economic terminology, features of the enterprise as an object of determination of cost are highlighted. The generalization of the points of view of the enterprise value has been carried out in the article.

Keywords: cost; price; value; firm; business; enterprise; enterprise value; the theory of value.

JEL classification: G32

Вступ

У сучасних умовах ринкових трансформацій зростає інтерес до нових, сучасних управлінських концепцій, які забезпечать функціонування та сталий розвиток суб'єктів господарювання. До таких концепцій належить теорія менеджменту за вартістю (VBM – value-based management), в основі якої лежить управління інтегрованим фінансовим показником – вартістю компанії.

Розробка адекватної методології оцінки вартості підприємства, побудова вартісно-орієнтованої моделі управління ним має ґрунтуватися на надійному теоретичному фундаменті, потребує глибокого переосмислення багатьох економічних категорій, найважливішою з яких є категорія вартості підприємства.

Значний внесок у дослідженні сутності поняття «вартості підприємства» зробили багато вітчизняних вчених, серед яких Г. І. Башнянин, М. І. Бондар, Л. А. Костирко, В. М. Костюченко, О. Г. Мендрул, О. А. Сарапіна, Н. В. Тертична, М. Г. Чумаченко, А. А. Чухно, І. Й. Яремко, а також велика кількість зарубіжних дослідників, таких, як Ж. Рей, А. А. Томпсон, А. Дж. Стрікленд, Т. Коупленд, Т. Коллер.

Мета статті

Мета роботи полягає в дослідженні сутності терміна «вартість підприємства» з позиції різних підходів та висвітленні сучасних поглядів щодо визначення вартості в економічній термінології.

Виклад основного матеріалу дослідження

Сьогодні серед дослідників відсутня єдність підходів до розуміння економіко-теоретичної сутності категорії «вартість підприємства». Така невизначеність породжує неузгодженість в обґрунтуванні змісту поняття «вартість підприємства».

Щодо сутності поняття ринкової вартості підприємства, то автор вважає за доцільне розглянути її з позиції тлумачення окремих складових (рис 1.).

Вартість (value) – економічна категорія, що характеризує грошовий зв'язок між товаром та його покупцями (продавцями) і віддзеркалює точку зору ринку на вигоди від володіння цим товаром [1, с. 113]. Ціна є грошовим виразом вартості, яка відображає властивості підприємства як товару. Вартість і ціна не є тотожними поняттями – вони збігаються тільки в разі рівності попиту та пропозиції.

Базуючись на матеріалах економічного словника, у якому зазначено, що «сутність цінності у філософському розумінні є значення об'єкта, його достоїнства чи негативні риси, і не є чимось, що існує як річ, предмет, подія, явище, що має уречевлене втілення, це не атрибут речі, на відміну від вартості», можна зробити висновок, що цінність є надзвичайно суб'єктивною категорією, оскільки для кожного окремого індивіда цінність одного й того ж об'єкта буде різною. Підприємство становить

матеріальний об'єкт, що потребує об'єктивного вимірювання його вартості, тому остання є цілком об'єктивною категорією [2].

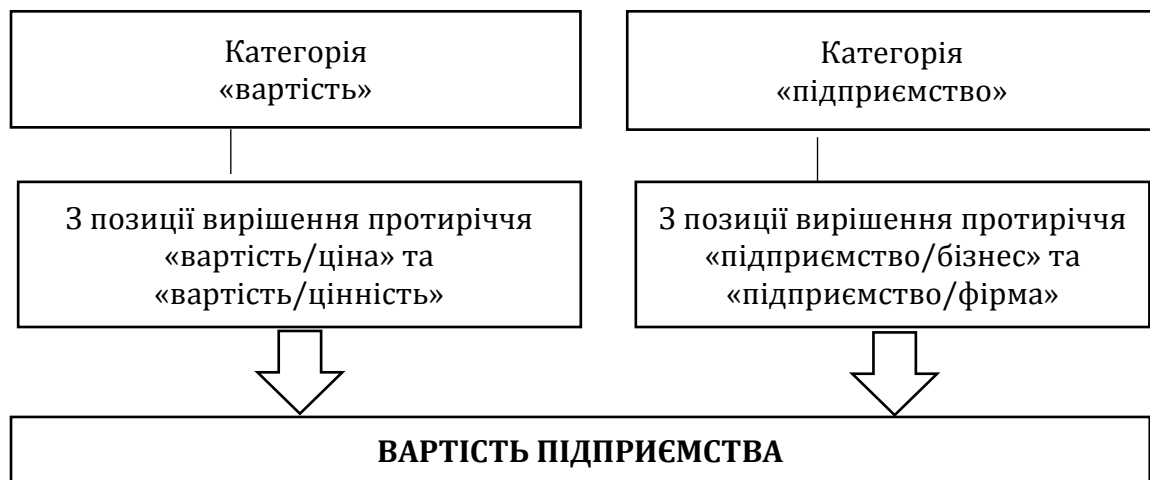


Рис. 1. Складові поняття «вартість підприємства»

* Складено автором за [3].

Вартість (value) – економічна категорія, що характеризує грошовий зв'язок між товаром та його покупцями (продавцями) і віддзеркалює точку зору ринку на вигоди від володіння цим товаром [1, с. 113]. Ціна є грошовим виразом вартості, яка відображає властивості підприємства як товару. Вартість і ціна не є тотожними поняттями – вони збігаються тільки в разі рівності попиту та пропозиції.

Базуючись на матеріалах економічного словника, у якому зазначено, що «сутність цінності у філософському розумінні є значення об'єкта, його достоїнства чи негативні риси, і не є чимось, що існує як річ, предмет, подія, явище, що має уречевлене втілення, це не атрибут речі, на відміну від вартості», можна зробити висновок, що цінність є надзвичайно суб'єктивною категорією, оскільки для кожного окремого індивіда цінність одного й того ж об'єкта буде різною. Підприємство становить матеріальний об'єкт, що потребує об'єктивного вимірювання його вартості, тому остання є цілком об'єктивною категорією [2].

Вартість підприємства як економічна категорія спирається на наявні теорії вартості. У світовій економічній думці виділяють три основні концепції, а саме:

- трудова теорія вартості (вартість підприємства розглядаємо як вартість праці персоналу такого підприємства; як суму витрат на придбання та «використання» підприємства; як вартість капіталу, тобто сукупність вартостей усіх ресурсів підприємства: трудових, матеріальних, фінансових);
- теорія граничної корисності (вартість підприємства повинна вимірюватись його результатами, які і становлять його економічну та соціальну корисність. Основним таким результатом є прибуток підприємства. Проте ототожнювати вартість підприємства з розміром його прибутку є недоцільним і недостатнім. Прибуток є важливою складовою власного капіталу, додає вартості підприємству за умови його капіталізації);
- теорія ринкової оцінки вартості (вартість розглядають як властивість або цінність товару, як його грошовий еквівалент) [3, с. 102].

Другим моментом визначення сутності поняття «вартість підприємства» є усвідомлення різниці між поняттями «фірма», «бізнес», «підприємство».

Таблиця 1. Різниця між поняттями «фірма», «бізнес», «підприємство»

Поняття	Визначення
«Фірма»	Слово іноземного походження, під яким найчастіше розуміють ім'я, вивіску, знак конкретного підприємства, що є в цій сфері економіко-організаційною формою бізнесу. Таким чином, вартість фірми не може повноцінно відображати всю вартість підприємства.
«Бізнес»	Будь-який вид підприємницької діяльності, який проводиться з використанням активів цілісного майнового комплексу, що забезпечує дохід чи іншу вигоду. Бізнес розуміється як певний процес або дія.
«Підприємство»	Підприємство як виробничо-економічний та майновий комплекс, що використовується для здійснення підприємницької діяльності з метою отримання прибутку.

**Складено автором за [3].*

Після прийняття у 1991 р. Закону України «Про підприємництво» та згідно з положеннями Господарського кодексу України з юридичної точки зору використання до суб'єктів господарської діяльності (юридичних осіб) всіх інших термінів-синонімів, окрім «підприємство», є некоректним. Отже, використання таких термінів, як «фірма», «бізнес» та інших, є юридично та законодавчо необґрунтованим.

З точки зору тлумачення сутності категорії «вартість підприємства» в останній час все більше розповсюдження отримує ціннісний підхід. Вартість підприємства через призму цінності розглядало багато вчених. Так Н. А. Мамонтова під вартістю компанії розуміє її ціну, визначену з урахуванням її цінності матеріальних і нематеріальних активів, а також очікувань щодо здатності приносити економічні ефекти (корисність) у майбутньому [4, с. 136].

Конкретизуючи ціннісний підхід стосовно товару – підприємства, чимало економістів пропонували розглядати вартість з урахуванням корисності цього товару і витрат, що пов'язані з її одержанням [5, 6]. Проте при цьому зазвичай лишалася без уваги специфіка підприємства як носія вартості порівняно з іншими товарами, не повною мірою знаходили відображення в змісті категорії вартості підприємства загалом та її складових, товарні властивості самого підприємства.

Водночас саме товарні особливості підприємства зумовлюють реальне наповнення абстракції «вартість підприємства», формують конкретний обрис структурно-логічної конструкції цієї економічної категорії. Підприємство як товар відрізняється певними властивостями: корисністю для покупця, інвестиційним характером (здатність принести дохід у майбутньому), понесення власником витрат після його створення, можливістю продажу в цілісному вигляді та у вигляді окремих підсистем [7].

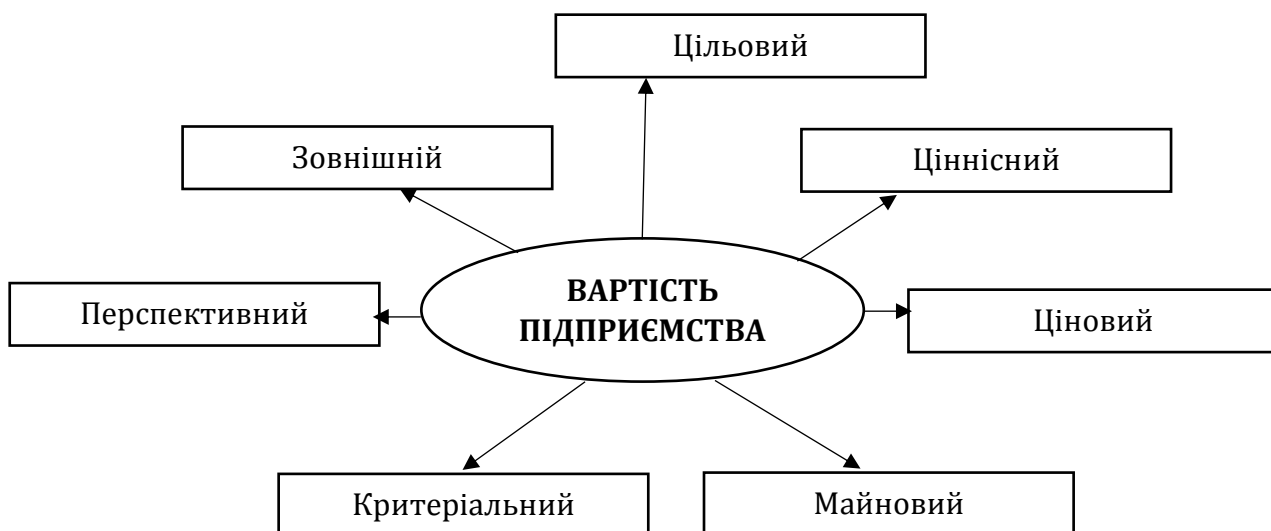


Рис. 2. Підходи до визначення вартості підприємства

**Складено автором за [8; 9].*

На підставі проведеного дослідження можна виокремити такі підходи до розуміння сутності категорії вартості підприємства:

- як цінність підприємства в конкретний момент часу відповідно до вибраного методу;
- як ціль управління, орієнтована на зростання ринкової вартості підприємства;
- як рівноважна ціна;
- як вартість майнового комплексу або сума вартостей усіх активів;
- як інтегральний, комплексний та кінцевий показник діяльності суб'єкта господарювання;
- як майбутні грошові вигоди чи позитивні грошові потоки, дисконтовані до поточного моменту часу з урахуванням фінансових ризиків;
- як система взаємовідносин підприємства із зовнішнім середовищем [8].

Аналіз підходів до визначення поняття «вартість підприємства» дозволив встановити, що їх різноплановість не викликана їх недостовірністю або неактуальністю в сучасних умовах розвитку економічної системи. Існування численних варіантів поняття «вартість підприємства», а також авторських підходів до його визначення пов'язані з тим, що вартість підприємства не є фактом, що вже був здійснений, а є думкою про цінність, здійснені витрати, ціну власності підприємства в конкретний момент часу відповідно до вибраного методу.

Значна варіативність підходів пояснюється впливом таких факторів:

1. Визначення вартості підприємства, що обґрунтовується специфічністю підприємства як конкретного товару, здебільшого пов'язане не лише з минулим, коли були здійснені витрати на його створення і функціонування, а з прогнозами майбутнього (прогнози обсяги продажів, прогнозна оборотність активів, прогнозна рентабельність, прогноз капітальних вкладень тощо). Погляди у суб'єктів, яким необхідно знати показник вартості підприємства стосовно прогнозів майбутнього також відрізняються.

2. Існуванням різноманітних суб'єктів, яким потрібна інформація про вартість підприємства. Суб'єкти ставлять перед собою різні цілі, визначаючи вартість

підприємства як окремого товару. Наприклад, для власників важливе значення має вибір варіантів розпорядження власністю підприємства, встановлення розміру готівкових коштів, які можна одержати в результаті ліквідації підприємства. Для кредиторів найважливіше значення в оцінці вартості підприємства має фінансова дієздатність підприємства, а для аналітиків фондових бірж – перевірка обґрунтованості котирування цінних паперів тощо.

3. При здійсненні оцінки вартості підприємства різні суб'єкти застосовують власний оціночний методологічний інструментарій, орієнтований на задоволення тих потреб, задля яких проводиться оцінка. Тобто кожен суб'єкт вибирає ті методи, які найдостовірніше відображають вартість підприємства в тому розумінні, в якому її хочуть бачити користувачі інформації [9, с. 125].

Висновки та перспективи подальших розвідок

В умовах ринкової економіки підприємства не тільки здійснюють виробничий процес, створюючи нову вартість, але й самі становлять певну вартість і є об'єктом купівлі-продажу, що обумовлює необхідність визначення ринкової вартості підприємства. Показник вартості є комплексною характеристикою стану діяльності, що відображає його фінансові параметри, економічну ефективність та очікувані перспективи розвитку, виступає орієнтиром, з яким власники та управлінський персонал узгоджують свої рішення. З іншого боку, це основний показник, який дозволяє реалізувати інтереси всіх зацікавлених у результатах діяльності підприємства осіб.

Список літератури

1. Федонін, О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч.-метод. посібн. [для самост. вивч. дисц.] / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – К.: Вид-во КНЕУ, 2005. – 261 с.
2. Мочерний, С. В. Економічний енциклопедичний словник: у 2-х т. Т. 1 / С. В. Мочерний, Я. С. Ларіна та ін. – Львів: Світ, 2005. – 616 с.
3. Мар'юк, Т. В. Теоретичні аспекти визначення сутності поняття “ринкова вартість підприємства” / Т. В. Мар'юк // Економіка підприємства та управління виробництвом. – 2011. – С. 102-105.
4. Мамонтова, Н. А. Управління вартістю компанії: теоретико-методологічні аспекти / Н. А. Мамонтова // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 8. – С. 135-139.
5. Чумаченко, М. Г. Управління вартістю компанії на основі ціннісного підходу / М. Г. Чумаченко, В. А. Панкова // Фінанси України. – 2004. – № 2. – С. 66-79.
6. Щербакова, В. А. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / В. А. Щербакова, Н. А. Щербакова. – М.: Омега-Л, 2012. – 315 с.
7. Березін, О. В. Управління потенціалом підприємства: навч. посіб. / О. В. Березін, С. Т. Дуда, Н. Г. Міценко. – Львів: вид-во “Магнолія 2006”, 2011. – 208 с.
8. Давиденко, Н. М. Вартість і капіталізація підприємства / Н. М. Давиденко // International Scientific Conference Innovative Economy: Processes? Strategies, Technologies: Conference Proceedings, Part II, January 27, 2017. Kielce, Poland: Baltija Publishing – 200 pages.
9. Корягін, М. В. Підходи до визначення поняття вартості підприємства та їх розвиток [Електронний ресурс] / М. В. Корягін. – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/12554/1/23_121126_Vis_722_menegment.pdf.

References

1. Fedonin, O. S., Ryepina I. M. & Oleksyuk O. I. (2005). *Potentsial pidpryyemstva: formuvannya ta otsinka*. Kyiv: Vyd-vo KNEU.
2. Mochernyy, S. V. & Larina, Ya. S. (2005). *Ekonomichnyy entsyklopedychnyy slovnyk*. L'viv: Svit.
3. Maryuk, T. V. (2011). Teoretychni aspekty vyznachennya sutnosti ponyattya "rynkova vartist' pidpryyemstva". *Ekonomika pidpryyemstva ta upravlinnya vyrobnytstvom*, 102-105.
4. Mamontova, N. A. (2010). Upravlinnya vartisty kompaniyi: teoretyko-metodolohichni aspekty. *Aktual'ni problemy ekonomiky*, 8, 135-139.
5. Chumachenko, M. H. & Pankova, V. A. (2004). Upravlinnya vartisty kompaniyi na osnovi tsinnisnoho pidkhodu. *Finansy Ukrayiny*, 2, 66-79.
6. Shcherbakova, V. A. & Shcherbakova, N. A. (2012). *Otsenka stoimosti predpriyatiya (biznesa)*. Moscow: Omeha-L.
7. Berezin, O. V., Duda S. T. & Mitsenko, N. H. (2011). *Upravlinnya potentsialom pidpryyemstva*. L'viv: Mahnoliya 2006.
8. Davydenko, N. M. (2017). *Vartist' i kapitalizatsiya pidpryyemstva*. International Scientific Conference Innovative Economy: Processes? Strategies, Technologies. Kielce, Poland: Baltija Publishing.
9. Koryahin, M. V. (n.d.). *Pidkhody do vyznachennya ponyattya vartosti pidpryyemstva ta yikh rozvytok*. Retrieved from: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/12554/1/23_121126_Vis_722_menegment.pdf.

Стаття надійшла до редакції 12.06.2017 р.