

## ВАРІАТИВНІСТЬ ТЕОРЕТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ КОНЦЕПЦІЇ “VALUE-BASED MANAGEMENT”

Ускладнення бізнес-відносин провокує до використання сучасних ефективних управлінських практик, однією з яких є концепція “Value-Based Management” (VBM), зародженню і розвитку якої завдячують провідним в світі консалтинговим компаніям, що надають управлінські послуги великим компаніям, досвід яких виступає взірцем для розвитку бізнесу в Україні.

Перенесення концепції “Value-Based Management” в простір теоретичних досліджень на пострадянських теренах спричинило плутанину, що пов’язується: по-перше, з перекладом концепції VBM за допомогою економічних категорій “вартість” і “цінність”; по-друге, з еволюційними перетвореннями в рамках самої концепції (від спрямованості задоволення інтересів тільки акціонерів до усвідомлення того, що дана практика має працювати на всіх стейкхолдерів компанії).

Представлений в табл. 1 поділ напрямів теоретичних досліджень концепції VBM допоможе уникнути плутанини та зорієнтує дослідників в можливостях даного управлінського підходу з огляду на його можливості.

Помилковою є позиція тих авторів, що пишуть про концепцію VBM, дія якої зосереджується на створенні вартості (цінності) підприємства, адже ототожнення економічних категорій “вартість” і “цінність” або ототожнення понять “вартість підприємства” і “цінність підприємства” веде до неправильного розуміння концепції в цілому та до викривлення подальших розробок щодо її моделей реалізації, відповідного інструментарію, оціночних показників, супровідної звітності тощо.

Аналіз літератури, присвяченої теоретичним дослідженням концепції VBM, чітко відображає розбіжності думок авторів щодо перенесення концепції VBM у вітчизняну практику. З огляду на це, нами запропоновано теоретичні дослідження концепції VBM поділяти на 4 групи: 1) Управління, спрямоване на створення вартості для акціонерів компанії; 2) Управління, спрямоване на створення цінності для акціонерів компанії; 3) Управління, спрямоване на створення вартості для стейкхолдерів компанії; 4) Управління, спрямоване на створення цінності для стейкхолдерів компанії.

**Таблиця 1**

**Варіативність теоретичних досліджень концепції “Value-Based Management”**

		З огляду використання економічних категорій “вартість” і “цінність”	
		<b>Вартісно-орієнтоване управління</b>	<b>Ціннісно-орієнтоване управління</b>
З огляду спрямування дії підходу на задоволення інтересів	<b>Акціонери (Shareholders)</b>	<p><b>1. Управління, спрямоване на створення вартості для акціонерів компанії</b></p> <p><i>О.О. Захаркін</i> (класичний вартісно-орієнтований підхід до управління підприємством), <i>І.В. Івашковська</i> (управління вартістю, створене для акціонерів), <i>М.В. Корягін</i> (вартісно-орієнтований менеджмент), <i>О.А. Лаговська</i>, <i>Т.В. Момот</i>, <i>А.І. Шигаєв</i> (вартісно-орієнтоване управління), <i>О.Г. Мендрул</i>, <i>Г.Й. Островська</i>, <i>І.М. Репіна</i>, <i>О.М. Сохацька</i> (управління вартістю підприємств), <i>І.Й. Яремко</i> (менеджмент за вартістю)</p>	<p><b>2. Управління, спрямоване на створення цінності для акціонерів компанії</b></p> <p><i>М.Г. Бойко</i> (ціннісно орієнтоване управління), <i>Д.Л. Волков</i>, <i>О.Г. Гордєєва</i>, <i>Г.В. Серебрякова</i> (ціннісно-орієнтований менеджмент), <i>Є.М. Гілетіч</i> (ціннісно-орієнтований підхід в менеджменті), <i>Т.А. Говорушко</i>, <i>О.В. Замазій</i>, <i>А.І. Орехова</i> (ціннісно-орієнтоване управління)</p>
	<b>Стейкхолдери (Stakeholders)</b>	<p><b>3. Управління, спрямоване на створення вартості для стейкхолдерів компанії</b></p> <p><i>І.В. Васильчук</i> (вартісно-орієнтоване управління, спрямоване на створення вартості для акціонерів і інших зацікавлених осіб (стейкхолдерів)), <i>О.О. Захаркін</i> (управління вартістю підприємства для стейкхолдерів – Stakeholder Value Management), <i>І.В. Івашковська</i> (модель управління вартістю компанії, націлена на приріст вартості для ключових стейкхолдерів), <i>О.А. Лаговська</i> (вартісно-орієнтоване управління, що враховує персоніфіковані інтереси груп заінтересованих осіб)</p>	<p><b>4. Управління, спрямоване на створення цінності для стейкхолдерів компанії</b></p> <p><i>Н.С. Краснокутська</i>, <i>О.А. Круглова</i> (стейкхолдерський підхід до ціннісно-орієнтованого управління), <i>В.В. Лавренко</i> (ціннісно-орієнтоване управління, створення цінності для всіх стейкхолдерів підприємства), <i>Г.В. Серебрякова</i> (управління, спрямоване на створення цінності для всіх учасників функціонування компанії)</p>

Структурованість таких розробок позбавить плутанини щодо ототожнення вартісно-орієнтованого і ціннісно-орієнтованого управління підприємством, що спрямовані на досягнення різних ефектів, та надасть поштовх для розвитку стейкхолдерського підходу, згідно якого мають задовольнятися інтереси не тільки акціонерів (власників), але й інтереси інших груп стейкхолдерів підприємства.