ІНВЕСТИЦІЙНІ ОЦІНКИ БІЗНЕСУ: ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ

Шишова Ю.Г., аспірант
Сумський державний університет

В умовах вступу України до світового економічного простору важливого значення набувають питання підвищення ефективності управління фінансово-господарською діяльністю підприємств в умовах екологічно сталого розвитку. Так, реакцією світової спільноти на загальне погіршення стану навколишнього природного середовища, дефіцит природних ресурсів стало прийняття міжнародних стандартів та вимог з акцентом на пріоритетність екологічного фактору при здійсненні суспільного виробництва товарів та послуг. До зазначених стандартів належать: міжнародні стандарти ISO 14000, міжнародні стандарти зі створення системи екологічного менеджменту ISO 26000:2010 "Керівництво з соціальної відповідальності" та інші. Додержання вимог згідно з вказаними стандартами передбачає забезпечення управління, в тому числі на підприємствах, на принципах соціальної та екологічної відповідальності. Це актуалізує питання врахування екологічного фактору при здійсненні фінансово-господарської діяльності підприємств.

Питаннями дослідження впливу екологічного фактору на здійснення фінансового менеджменту на підприємстві займались як вітчизняні, так і зарубіжні вчені: Андрєєва Н.М., Балацький О.Ф., Веклич О.О., Галушкіна Т.П., Кліменко О.В., Пахомова Н.В., Ріхтер К.К., Тарасенко С.В. та інші.

Як показує проведений аналіз, екологічні чинники здійснюють значний вплив на показники та процеси, що відбуваються у фінансовій, інвестиційній та операційній діяльності суб'єктів господарювання. Інвестиційна привабливість та реальна вартість підприємств визначаються на сьогодні не лише вартістю активів та капіталу підприємств, економічними показниками їх господарської діяльності, але й в значній мірі їх екологічною складовою. Так, екологічні катастрофи, що відбулись останнім часом: витікання нафти в Мексиканській затоці на платформі компанії British Petroleum, прорив дамби на заводі з виробництва алюмінію в Угорщині, – показали, що екологічний аспект суттєво впливає на ринкову капіталізацію великих компаній. Для British Petroleum, що не продемонструвала свою екологічну відповідальність, вартість акцій за 10 днів знизилась на 14%. Це була перша відповідь соціально відповідальних інвесторів зазначеної компанії. Другою реакцією стало виключення її з рейтингу Dow Jones Sustainability Index, тобто фактично визнання British Petroleum компанією, що не заслуговує на увагу інвесторів, небайдужих до навколишнього середовища. Випадок з British Petroleum слугує яскравим прикладом того, що для міжнародних інвесторів соціальна відповідальність бізнесу, в тому числі її екологічна складова, є визначальним пріоритетом у здійсненні інвестування. За оцінками бостонської дослідницької компанії KLD, у соціально- та екологоактивних компаній зростання продажів на 3% , активів – на 4%, а капіталу та акцій – на 10% більше, ніж у структур, що не проявляють себе у сфері КСВ. В 2010 році організація Institutional Shareholder Services провела дослідження, згідно з яким 83% інвесторів вважають, що екологічні та соціальні фактори впливатимуть все більше і

більше на вартість бізнесу.

Екологічний фактор здійснює вплив на ділову репутацію підприємства та відповідно його конкурентоспроможність на ринку. Конкурентоспроможність товарів промислового призначення та споживчих товарів на національному та світових ринках визначається на сьогодні екологічними параметрами технологій виробництва, а також витратами на охорону навколишнього середовища.

На противагу світовим тенденціям, Україна на сьогоднішній день залишається глядачем, що знаходиться осторонь від зазначених процесів.

Основними причинами цього є такі:

1. Використання корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в якості прикриття для свого бізнесу (приклад, коли тютюнова компанія впроваджує екологічний проект з використання вторинного паперу для виробництва цигарок);

2. Використання КСВ як ходу для відволікання уваги від негативних наслідків бізнесу (приклад, коли шкідливе хімічне виробництво супроводжується КСВ-проектом допомоги дітям, що отруюються цим виробництвом);

3. Використання підприємствами КСВ як інструменту PR для просування свого бренду, товару чи послуг;

4 Неприйняття підприємствами-виробниками екологічного фактору як фактору отримання додаткових доходів та переваг для підприємства (особливо у довгостроковій перспективі).

Недовіра з боку іноземних інвесторів до впровадження КСВ вітчизняними підприємствами позбавляє мотивації для українського бізнесу її здійснювати.

Відтак, виникає необхідність формування методологічних та методичних засад оцінки впливу екологічної складової (екологічного імперативу) на формування ринкової вартості підприємства, його інвестиційної привабливості. Отже, при здійсненні сучасного фінансового менеджменту необхідно враховувати ряд чинників, що виходять за межі класичної економічної теорії, серед яких важливого значення набуває урахуванням екологічного чинника як фактору капіталізації підприємств.

Економіка та менеджмент: перспективи розвитку : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 22–24 червня 2012 року / за заг. ред. -О. В. Прокопенко. – Суми : СумДУ, 2012. – С. 149-150.