

Шумилина В.Е., к.э.н., доцент кафедры «Экономическая безопасность, учет и право» ДГТУ, г. Ростов-на-Дону, Россия;

Титовская В.Б., студент кафедры «Экономическая безопасность, учет и право» ДГТУ, г. Ростов-на-Дону, Россия;

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ СТОИМОСТЬЮ КОМПАНИИ

Аннотация. В настоящей статье проанализированы составляющие эффективного управления стоимостью бизнеса. Выявлены пять слагаемых управления, проанализирован опыт зарубежных компаний. На основании исследования разработаны пути совершенствования управления стоимостью компанией.

Ключевые слова: оценка бизнеса, управление стоимостью, инвесторы, стратегическая карта.

Shumilina V.E., Candidate of Economics, Associate Professor of the Department "Economic Security, Accounting and Law" DSTU, Rostov-on-Don, Russia;

Titovskaya V.B., student of the department "Economic security, accounting and law" of the Don State Technical University, Rostov-on-Don, Russia;

EFFECTIVE MANAGEMENT OF THE COMPANY'S VALUE

Annotation. This article analyzes the components of effective business value management. Five components of management are identified, the experience of foreign companies is analyzed. Based on the research, ways to improve the company's value management have been developed.

Keywords: business valuation, value management, investors, strategic map.

Управление стоимостью бизнеса является одной из наиболее принципиальных и значимых задач по управлению организацией. В настоящее время тема управления стоимостью компании является достаточно актуальной. Это объясняется тем, что управление стоимостью дает возможность привлечения инвесторов, а также оставаться конкурентоспособной компанией. Стоит отметить, что уровень знаний об оценке стоимостью компании дает возможность прогнозировать различные перспективы её развития, способствует увеличению доходов и повышает прибыльность бизнеса.

Целью работы является выявление эффективных способов управления стоимостью компании. При этом под стоимостью бизнеса понимается инвестиционное или внутреннее оценивание доходов организации, учитывая все возможные риски их вложений.

Ключевую роль в структуре экономической системы выполняет реальный экономический сектор, в котором распределяются, производятся и в дальнейшем поступают на продажу различные экономические блага. При этом также важно учитывать прибыльность хозяйствующих субъектов разных форм собственности, которые являются базой экономики любого государства. С их помощью происходит формирование значительной доли доходов бюджета государства. При этом обеспечивается высокий уровень общественного спроса для удовлетворения целей получения доходов на максимальном уровне.

Эволюция различных рыночных механизмов позволило предприятию самостоятельно выступать в качестве объекта сделок. Для того, чтобы определить стоимость хозяйствующего субъекта, важно проводить оценку бизнеса.

Оценка бизнеса является комплексным процессом, целью которого является сбор и обработка информации, которая необходима для того, чтобы выполнять необходимые расчёты и определить стоимость компании [1].

Для понимания ситуации необходимо знать, что выполнение

оценочной деятельности осуществляется не относительно определения цены имущества, активов или предпринимательского объекта в целом, а для получения выгоды.

Как правило, оценка бизнеса может происходить не только в момент его передачи или продажи другому владельцу, но и её осуществление должно проходить периодически внутри организации для того, чтобы отслеживать тенденции отрицательного и положительного характера. Это связано с тем, что если происходит падение стоимости корпорации в современных рыночных условиях, соответственно необходимо поднимать стоимость и принимать необходимые меры. Проводят оценку бизнеса согласно целому комплексу разных финансово-экономических параметров, наиболее значимым из которых является рентабельность. Её показатели свидетельствуют об уровне эффективности и продуктивности работы предприятия в современных рыночных условиях.

Процесс работы любой компании может проходить недостаточно рентабельно, но, несмотря на это, все стремятся работать с максимальной эффективностью, что говорит о наиболее благоприятном и выгодном применении всех резервов и ресурсов компании для того, чтобы получить от работы максимальную прибыль.

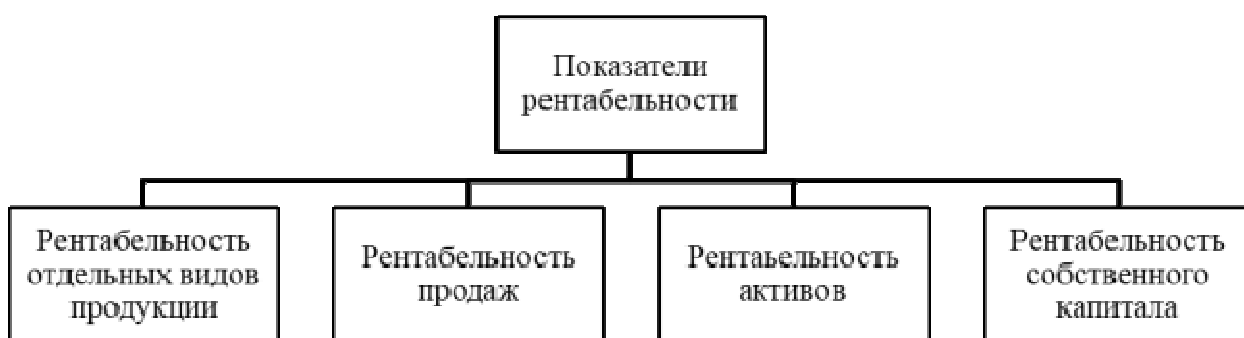


Рис. 1 - Показатели рентабельности [2]

Так же стоит выделить пять компонентов по управлению стоимости компании.



Рис. 2- Слагаемые управления стоимостью компании [2]

Во-первых, очень важным моментом в данном случае является применение стратегического планирования инвестиционной стоимости капитала владельцев. При этом также важно внедрять стоимостное мышление в стратегические решения. В результате возникает необходимость в формировании качественно новых требований к необходимой информации, а также различным технологиям, которые необходимо внедрять и применять на практике для оценивания эффективности рыночной стратегии.

Современные специалисты утверждают, что целесообразно создание стратегической карты - это основной компонент системы сбалансированных показателей компании, в которой отображаются главные цели будущей деятельности, универсальный инструмент, позволяющий гарантировать осуществление стратегии фирмы. В 1990 году при проведении исследования по теме «Показатели деятельности организации будущего» Н. Нортон и Р. Капланом осуществлялся поиск причин плохого осуществления достаточно действенных стратегий. В результате была разработана концепция, которая получила название «Система сбалансированных показателей (BSC)».

Основополагающей идеей данной концепции было то, что предприятия в основном ограничивают себя планированием показателей финансовой деятельности, не рассматривая проблемы достижения этих показателей. Создание стратегической карты на основе метода BSC смогла позволить

более детально рассмотреть подсистемы, которыми можно управлять и создавать с помощью этих систем возможности для достижения целей компании.

Главная особенность метода BSC состоит в построении характерной модели — карты с поступательной проработкой критических условий достижения целей, которые устанавливает стратегия, принятая в компании. При отсутствии в компании четко сформулированной стратегии данная карта не может быть построена. Нортон и Каплан предложили логику, по которой выстраивается причинно-следственная связь целей по четырем зонам (перспективам):

1. Рынок.
2. Финансы.
3. Обучение и развитие.
4. Бизнес-процессы внутри компании.

Визуализация стратегии на стратегическую карту производства на сегодняшний день одна из самых мощных инструментов управления.

Результаты практической деятельности говорят о том, что создание правильно составленной стратегической карты позволит легко определить наиболее важные вопросы эффективности, стратегические инициативы и основные показатели деятельности. Однако, не смотря на преимущества стратегических карт, компании часто совершают ошибки при их создании. Важной отправной точкой создания стратегической карты является осмысленное видение миссии и цели компании. Зачастую формулировки цели и миссии стандартны. Индивидуальные интервью топ-менеджеров с командой необходимы для подтверждения вовлеченности руководящего состава в процесс создания стратегической карты.

Второе слагаемое — создание системы на разных этажах управления показателей оценки оперативной деятельности внутренних подразделений компании, в которой будут учтены масштабы полномочий менеджеров разного уровня организационно-управленческой структуры, распределение

ответственности. Данная система показателей, отталкиваясь от базовых принципов, обрастает уникальными параметрами, которые характерны как для компании, так и для отрасли.

Теперь с помощью новейшей системы показателей менеджеры могут оценивать влияние тех или иных оперативных решений, которые предполагается осуществлять внутри данного этажа управления, на стоимость всей компании. Определяя и измеряя их влияние, то есть оценивая наиболее «чувствительные зоны стоимости», команда менеджеров получает инструмент для обоснования выбора из имеющихся альтернатив и определения приоритетов.

Третьим слагаемым управления стоимостью компании выступает постоянное наблюдение за различными факторами стоимости. По итогам мониторинга необходимо предпринять срочные меры, которые будут способны выявить и устранить на ранней стадии неблагоприятные процессы и явления. Если учитывать мнение современных специалистов, то — необходимо на ранней стадии выявить всех «разрушителей стоимости» [6].

Четвертым слагаемым является формирование грамотной, организованной и правильной системы мотивации и стимулирования персонала компании. При этом необходимо четко определять вклад каждого из сотрудников в копилку стоимости предприятия. Для этого желательно внедрять на предприятии специальную систему, которая будет мотивировать сотрудников. Она основана на том, что нужно привязывать переменную часть зарплаты к новым параметрам, которые основаны на стоимости предприятия. В данной ситуации возникает необходимость в разработке целевых заданий, поиск которых необходимо выполнять на протяжении нескольких лет. В такой ситуации многие из предприятий применяют такую тактику. В качестве примера можно привести немецкую компанию Siemens, которая была популярна еще в конце 20 столетия и уже тогда начала использовать данный метод. В данной компании руководители, которые занимают высокие должности в управлении ею, получают 60%

вознаграждений от показателя экономической прибыли, а для персонала он составлял в пределах от 15% до 20% заработной платы.

Также актуальны другие методы. Например, в американском предприятии Dow Chemical практической деятельностью является возможность получения премий при достижении целевых показателей. Применение такого принципа позволило компании в несколько раз увеличить эффективность работы многих подразделений, филиалы которых расположены в различных точках земного шара. Также для оценивания вклада менеджеров в копилку стоимости организации можно рассмотреть возможность персонала стать владельцами акций фирмы.

В целом, можно резюмировать, что в зарубежных странах имеется разнообразный опыт управления стоимостью компании.

Пятым слагаемым выступают коммуникации с третьими сторонами и в особенности с инвесторами. Осуществляя управление стоимостью компанией, необходимо уделять данному направлению достаточное количество внимания. Все заинтересованные лица, в том числе и инвесторы, должны обладать всей необходимой информацией про основополагающие показатели стоимости предприятия, а также о действиях, которые принимаются для того, чтобы увеличить прибыль компании и нивелировать различные вероятные негативные процедуры.

Именно поэтому возникает необходимость в модернизации общепринятых традиционных методов. К сожалению, традиционные методы глубоко укоренились в управлении ещё при административном хозяйствовании и на сегодняшний день они лидируют в российском бизнесе. Поэтому, если действительно такие методики модернизировать с учетом опыта зарубежных компаний, которые на сегодняшний день являются успешными в принятии управленческих концепций, то действительно можно повысить доход предприятия и сделать его стабильным.

Первым делом необходимо изменить подход к оценке бизнеса. Одними из распространенных методов в Российской Федерации являются

определение рентабельности и объёма прогнозируемой чистой прибыли. При этом для экспертов важны такие же действия как стоимость капитала, риски, анализ рыночной и добавочной стоимости объекта. В западных странах первостепенной целью является увеличение стоимости предприятия. В свою очередь, в условиях современного российского рынка спрос на оценочную деятельность связан с куплей-продажей движимого и недвижимого имущества. Но во время развития рыночных отношений, процесс взаимодействия между предприятиями значительно усложнился. Появились услуги, связанные со страхованием, передачей имущества, кредитованием, отчуждением компаний и проведение сделок по слиянию. Также начали проводиться тендеры и аукционы, и при определённых условиях, так же и конкурсы по продаже фондовых инструментов, что вызвало развитие деятельности процессов оценки бизнеса. Также начали создаваться открытые экономические пространства для привлечения различных иностранных инвестиций. Именно поэтому западные инвесторы настойчиво начали требовать данные о стоимости предприятия.

Выполнение оценочной работы очень выгодно для различных структур. Если государственные органы знают о стоимости предприятия, то они могут определять процессы о приватизации, содержать налоговую базу, а также проводить оценку в судебных целях и соблюдать процессы при ликвидации предприятия. Определение стоимости компании очень важно для таких организаций, как кредитные и страховые. В данном случае она выступает как показатель её платежеспособности. Также в данном случае можно определять страховые выплаты и заемные средства. Если владелец бизнеса полностью знает ситуацию, связанную со стоимостью своего объекта, то это позволяет внести соответствующие корректировки в бизнес-процессы, а также определить необходимые экономические показатели.

В заключение стоит сделать следующие выводы: предпринимательская деятельность, основанная на производстве продукции и услуг, сводится к получению максимально возможной прибыли в постоянно изменяющихся

рыночных условиях.

Реальный сектор экономики, который формируется из предприятий разных отраслей, является основой стабильности национальной экономической системы страны. Бизнес связывает государство и население. При этом он обеспечивает не только крупные денежные поступления в бюджет, но и потребности общества в определенных продуктах и услугах.

Сам объект хозяйственной деятельности может выступать предметом сделок. Даже для владельца предприятие является, прежде всего, средством вложения инвестиций с последующей отдачей. Все это обуславливает необходимость эффективного управления стоимостью компании.

Так же стоит отметить, что именно создание мотивации, является критическим для управления стоимостью компании. Без функционирующей многоуровневой системы мотивации управление по стоимости превращается в периодическую процедуру оценки стоимости бизнеса, в узкую задачу высших руководителей компании. Для разработки эффективной мотивационной системы, которая нацелена на создание стоимости, необходимо чтобы каждый менеджер понимал, как показатель, по которому измеряется его отдача, влияет на итоговый показатель стоимости фирмы.

Литература:

1. Бусов В. И., Землянский О. А., Поляков А. П. Оценка стоимости предприятия (бизнеса), Издательство «Юрайт», 2017.
2. Бухарин Н. А., Озеров Е. С., Пупенцова С. В., Шаброва О. А. Оценка и управление стоимостью бизнеса: учеб. пособие / под общей редакцией Е. С. Озерова — СПб: ЭМ-НиТ, 2016.
3. Кэхилл, М. Инвестиционный анализ и оценка бизнеса: Учебное пособие / М. Кэхилл. — М.: ДиС, 2017.
4. Парамонова, Т. Н. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): Учебное пособие / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк. — М.: КноРус, 2018.
5. Щербакова О. Н. Применение современных технологий оценки

стоимости бизнеса действующей компании // Финансовый менеджмент. — 2018.

6. Шумилин, П. Е. Бухгалтерская модель системы поддержки принятия решений / П. Е. Шумилин, В. А. Еременко // Научное обозрение: теория и практика. – 2020. – Т. 10. – № 4(72). – С. 612-619. – DOI 10.35679/2226-0226-2020-10-4-612-619. – EDN CHWSQY.

7. Шумилина, В. Е. Методика принятия управленческих решений / В. Е. Шумилина, Я. А. Мельникова, Д. В. Чайкин // Наука и мир. – 2021. – № 2. – С. 21-25. – DOI 10.26526/2307-9401-2022-2021-2-21-25. – EDN TCSVPG.

8. Шумилина, В. Е. Анализ деловой активности предприятия как одного из аспектов экономической безопасности хозяйствующего субъекта / В. Е. Шумилина, Д. В. Вакуленко, А. В. Близнюкова // Актуальные вопросы обеспечения экономической безопасности в Российской Федерации в условиях цифровой экономики. – Мельбурн : AUS PUBLISHERS, 2018. – С. 1-6. – EDN UPNPAC.

9. Шумилина, В. Е. Особенности государственного регулирования оценочной деятельности в Российской Федерации / В. Е. Шумилина, Д. И. Смолякова // Наука и мир. – 2018. – № 2. – С. 6-10. – EDN RZZJGZ.

References:

1. Busov V. I., Zemlyansky O. A., Polyakov A. P. Estimation of the value of an enterprise (business), Yurayt Publishing House, 2017.
2. Bukharin N. A., Ozerov E. S., Pupentsova S. V., Shabrova O. A. Estimation and cost management of business: textbook. allowance / under the general editorship of E. S. Ozerov - St. Petersburg: EM-NiT, 2016.
3. Cahill, M. Investment analysis and business valuation: Textbook / M. Cahill. — M.: DiS, 2017.
4. Paramonova, T. N. Valuation of an enterprise (business): Textbook / T. N. Paramonova, I. N. Krasnyuk. — M.: KnoRus, 2018.

5. Shcherbakova O. N. Application of modern technologies for assessing the value of the business of an operating company // Financial management. — 2018.
6. Shumilin, P. E. Accounting model of decision support system / P. E. Shumilin, V. A. Eremenko // Scientific review: theory and practice. - 2020. - T. 10. - No. 4 (72). - S. 612-619. – DOI 10.35679/2226-0226-2020-10-4-612-619. -EDNCHWSQY.
7. Shumilina, V. E. Methods of making managerial decisions / V. E. Shumilina, Ya. A. Melnikova, D. V. Chaikin // Science and the world. - 2021. - No. 2. - S. 21-25. – DOI 10.26526/2307-9401-2022-2021-2-21-25. – EDN TCSVPG.
8. Shumilina, V. E. Analysis of the business activity of an enterprise as one of the aspects of the economic security of an economic entity / V. E. Shumilina, D. V. Vakulenko, A. V. Bliznyukova // Actual issues of ensuring economic security in the Russian Federation in the conditions of digital economy. - Melbourne : AUS PUBLISHERS, 2018. - P. 1-6. – EDN UPNPAC.
9. Shumilina, V. E. Features of state regulation of valuation activities in the Russian Federation / V. E. Shumilina, D. I. Smolyakova // Science and the world. - 2018. - No. 2. - S. 6-10. – EDN RZZJGZ.