

## ИННОВАЦИИ В НАУКЕ: ПУТИ РАЗВИТИЯ

*Артяева Мария Александровна,*

*Аспирант,*

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский горный университет»,*

*г. Санкт-Петербург*

***Artiaeva Maria,***

*Postgraduate,*

*FGBOU VO "Saint-Petersburg mining University»,*

*Saint Petersburg*

### СТОИМОСТНОЙ ПОДХОД ПРИ УПРАВЛЕНИИ УВЕЛИЧЕНИЯ ЦЕННОСТИ КОМПАНИИ

### COST APPROACH IN THE MANAGEMENT OF THE INCREASING VALUE OF THE COMPANY.

**Аннотация.** В данной статье поднимается актуальный для стейкхолдеров вопрос увеличения стоимости компании, а также рассматривается основной подход, определяющий максимизацию ценности – стоимостной подход. В рамках данного подхода рассматриваются основные направления развития стратегии, а также методика выявления критериев для оценки эффективности использования той или иной стратегии.

**Ключевые слова:** ключевые факторы успеха, стоимостной подход, увеличение ценности компании, факторы создания стоимости, приращение стоимости компании.

Согласно стратегической теории управления стоимостью компании, одним из основных и часто применяемых является стоимостной подход. Концепция создания стоимости является основополагающим фактором извлечения прибыли. Суть данного подхода состоит в увеличении рыночной стоимости компании. А все управленческие решения нацелены на максимизацию стоимости фирмы и приращение капитала.

## ИННОВАЦИИ В НАУКЕ: ПУТИ РАЗВИТИЯ

Основная ориентация данного подхода – преследование интересов стейкхолдеров компании, которые, в свою очередь, оценивают эффективность бизнеса исходя из приращенной стоимости. Данный подход имеет преимущество, поскольку нацелен на анализ эффектов, которые будут получены компанией в долгосрочном периоде, а также учитывает влияние нефинансовых индикаторов.

Инструментами, сопровождающими использование данного подхода, являются:

- Формирование количественных показателей и целевых индикаторов, исходя из которых будет рассчитываться созданная стоимость;
- Определение факторов создания стоимости (финансовые схемы, оптимизация процессов внутри бизнес-единиц, использование схемы Value-based Management (далее – VBM - управление стоимостью компании) и т.п.). При определении факторов создания стоимости используется внедрение финансовой модели анализа компании, которая разрабатывается при использовании принципов экономической прибыли на основе стратегических и оперативных планов компании, с учетом оперативности принятия управленческих решений;
- Использование оперативного контроля внутри бизнес-единиц (определение ключевых показателей, критериев эффективности, благодаря которым происходит приращение стоимости, анализ влияния каждой бизнес-единицы на эффективность функционирования компании в целом);
- Внедрение системы оперативной оценки эффективности работы персонала (создание системы оперативных стратегических решений).

В основе данного подхода заложена теория создания стоимости (valuecreation). Сущность подхода заключается в том, что инвестиционная привлекательность актива определяется только в случае приращения

## **ИННОВАЦИИ В НАУКЕ: ПУТИ РАЗВИТИЯ**

стоимости актива в процессе его функционирования. Также существенное влияние на стоимость компании оказывает успешная реализация стратегических решений. [4, с. 87]

В практической деятельности основными направлениями реализации стратегии являются следующие (рис. 1):

1. Генерация стратегических альтернатив в рамках инвестиционного проекта (выход на новые рынки, диверсификация бизнеса, уменьшение зависимости конъюнктуры рынка по направлениям деятельности);

2. Внутренняя оптимизация актива, увеличение эффективности функционирования;

3. Выстраивание эффективных внешних связей. (Взаимодействие с поставщиками и потребителями, органами надзора и контроля, профессиональными сообществами, инвестиционными органами).

## ИННОВАЦИИ В НАУКЕ: ПУТИ РАЗВИТИЯ



Рис.1 Стратегии направленные на повышение стоимости компании.

### Основные направления

Приведенные на рис.1 направления в разной мере оказывают влияние на стоимость компании. Стоимость генерируется благодаря определенному алгоритму действий, который покрывает расходы на создание ценности. (profitmargin).

Также распространенным механизмом анализа приращения стоимости компании является «стоимостной аудит». Данный вид операции позволяет определить, каким образом и во время каких процессов создается стоимость компании. Стоимостной аудит определяет, какие звенья в цепочке являются эффективными, а какие нет. Благодаря стоимостному аудиту становится возможным соотнести работу каждого звена актива с работой

## ИННОВАЦИИ В НАУКЕ: ПУТИ РАЗВИТИЯ

соответствующего звена у конкурентных компаний. Позволяет менеджерам проанализировать ключевые компетенции.

Важным фактором создания стоимости является анализ ключевых факторов стоимости (keyvaluedrivers, далее - КФС).

При определении факторов стоимости учитывается как финансовая, так и не финансовая составляющая. Важно отметить, что КФС рассматриваются только в совокупности друг с другом. К примеру, если рассматривать такой показатель, как рост цен, то он создает приращение стоимости компании. Если рассматривать данный показатель в совокупности с показателем сокращения доли рынка данного приращения производится не будет. Это обусловлено незаинтересованностью компании в дальнейшем ведении бизнеса в данном сегменте, и показатель роста цен на продукцию данного рынка будет иметь минимальный вес.

В таком случае встает вопрос об определении взаимозависимости факторов. Реализовать данную процедуру становится возможно благодаря использованию инструмента – анализа сценариев.

Процесс определения КФС состоит из следующих шагов [1]:



Рис. 2. Процесс определения КФС

## ИННОВАЦИИ В НАУКЕ: ПУТИ РАЗВИТИЯ

На первом этапе производится определение количества единиц для создания стоимости. На втором шаге – выявление КФУ, а также построение дерева КФУ. Далее производится расчет количественного выражения дерева КФУ, сравнение затрат и доходов. На четвертом шаге осуществляется анализ чувствительности факторов, а также выделяются наиболее чувствительные из них. Завершающим этапом является анализ вклада в создание добавленной стоимости и влияния факторов стоимости, после чего производится ранжирование факторов по степени создания стоимости. [2]

КФУ должны иметь детализацию и быть привязаны ко всем уровням иерархии компании.

Взаимоувязка КФУ и стоимости компании обеспечит стремление всех уровней организации к достижению единой цели.

Факторы управления стоимостью делятся на:

- стратегические;
- тактические.

К стратегическим факторам относятся те механизмы и рычаги, которые оказывают влияние на повышение эффективности деятельности компании и динамики стоимости. К таким факторам относятся: синергичные эффекты, трансфертное ценообразование, гудвилл, эффективно реализуемая система риск-менеджмента, структура капитала, эффективные инвестиционные вложения в интеллектуальный капитал и т.д., формирование пакета инвестиционных проектов. [2]

К тактическим факторам относятся такие факторы, как: построение эффективного взаимодействия с внешней средой, внутренняя оптимизация.

Цель внутренней оптимизации в компании направлена на увеличение эффективности деятельности организации. Как правило, достигается за счет внедрения системы управления рисками, издержками, реорганизации

## **ИННОВАЦИИ В НАУКЕ: ПУТИ РАЗВИТИЯ**

финансового и управленческого контроля, взаимодействия с внешней средой, коммуникациями с поставщиками и потребителями, контролирующими и надзорными органами. В совокупности, данные факторы оказывают положительный эффект создания стоимости для стейкхолдеров.

*Вывод.* Фактор создания стоимости — это некая характеристика деятельности, от которой зависит результативность функционирования предприятия (например, эффективность производства или степень удовлетворенности клиентов). Стоимостные факторы измеряются с помощью определенных показателей - ключевых факторов стоимости. К ним относится, например, уровень загрузки производственных мощностей или коэффициент удержания клиентов. Подобные показатели используются как для установления целевых индикаторов, так и для оценки результатов работы.

### **Список литературы**

1. Волков Д.Л. Управление стоимостью: показатели и модели оценки // Российский журнал менеджмента. 2005. №4. Т.3. С. 17.]
2. Козырь Ю.В. Стоимость компании: оценка и управленческие решения. 2-е изд., перераб. и доп. М: Издательство «Альфа-Пресс», 2009.376 с.
3. Мартин Дж. Д, Петти Дж. В. «VBM – управление, основанное на стоимости». Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. С. 112

### **Электронный ресурс**

Стратегия социально-экономического развития страны до 2020 года (<http://2020strategy.ru/>)