

*Суханова А. Ю., магистрант
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный
университет имени
первого Президента России Б. Н. Ельцина»
Россия, г. Екатеринбург*

КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ СТОИМОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: Статья посвящена вопросам управления стоимостью предприятия. Рассмотрена методология управления стоимостью. Стратегии повышения стоимостью бизнеса. Принятие успешных управленческих решений.

Ключевые слова: Экономика, оценка стоимости бизнеса, управление стоимостью, стратегии управления стоимостью бизнеса.

*Sukhanova A. Yu., master
Ural Federal University
named after the First President of Russia B. N. Yeltsin
Russia, Ekaterinburg*

THE CONCEPT OF MANAGEMENT OF ENTERPRISE VALUE

Abstrac: The article is devoted to the issues of enterprise value management. The methodology of cost management is considered. Strategies to increase business value. Making successful management decisions.

Key words: Economics, business valuation, cost management, business value management strategies.

В наши дни активно развиваются рыночные отношения, и соответственно возрастает актуальность темы оценки бизнеса. В первую очередь, оценка компании необходима при заключении сделок купли-

продажи, но так же оценка важна при выборе эффективного управленческого решения, так как оно влияет на увеличение стоимости предприятия.

Умение управлять стоимостью компании позволяет принимать успешные решения в области управления, более результативно перераспределять денежные потоки. Оценка и управление стоимостью являются одними из самых важных инструментов эффективного ведения бизнеса и незаменимы при принятии решений о приобретении или реализации активов.

Для создания и управления стоимостью компания должна использовать следующее¹:

- Подкреплять свои целевые установки четкими количественными индикаторами, увязанными с созданием стоимости;
- Строго придерживаться такого подхода к управлению своим бизнес-портфелем, который позволяет максимизировать стоимость (не пренебрегая в случае необходимости и радикальной реорганизацией);
- Удостовериться в том, что организационная структура компании и ее корпоративная культура подчинены требованию создания стоимости;
- Глубоко изучить ключевые факторы создания стоимости, характерные для каждого бизнес-подразделения;
- Наладить эффективное управление своими бизнес-подразделениями, установив для них специфические целевые индикаторы и строго контролируя результаты их деятельности;
- Найти способы создания у менеджеров и рядовых работников мотивации к созданию стоимости (нужно использовать как материальное вознаграждение, так и другие формы поощрения).

Управление стоимостью подразумевает четыре главных этапа:

1. Оценка рыночной стоимости предприятия на текущий момент;
2. Определение факторов влияния на стоимость предприятия;

¹ Copeland T., Koller T., Murrin J. Valuation. Measuring and Managing the Value of Companies. Third Edition. McKinsey&Company Inc. John Wiley & SONS, Inc. 2000. 510 p.

3. Разработка мероприятий увеличения стоимости компании;
4. Создать у сотрудников мотивацию к созданию стоимости.

Стратегии повышения стоимости предприятия можно разделить на несколько категорий: операционные, инвестиционные, финансовые.

Операционные стратегии направлены на повышение эффективности основной деятельности и заключаются в эффективном использовании всех средств, инвестированных в обслуживание выбранных рынков, а также в установлении соответствующих цен и систем обслуживания, для удовлетворения потребностей клиентов.

Инвестиции – основная движущая сила любого бизнеса, они базируются на планах распределения имеющихся денежных средств, а также на планах привлечения дополнительного финансирования (например, расширение производственных мощностей и приобретение оборудования, развитие системы продаж и сокращение издержек).

Финансовые стратегии охватывают различные варианты финансирования инвестиций и производственной деятельности компании в долгосрочной перспективе.

Использованные источники:

1. Трусова А. Ю., Трусов А. И., Дюжева А. В., Ильина А. И. Методы оценки стоимости бизнеса // Основы экономики, управления и права. - 2014. - № 4. - С. 147-150 // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/metody-otsenki-stoimosti-biznesa>
2. Copeland T., Koller T., Murrin J. Valuation. Measuring and Managing the Value of Companies. Third Edition. McKinsey&Company Inc. John Wiley & SONS, Inc. 2000. 510 p.