

Иванова Анна Николаевна

магистрант

ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный
технический университет»

г. Ульяновск, Ульяновская область

КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ СТОИМОСТЬЮ КОМПАНИИ

Аннотация: в данной статье рассматривается сущность стоимости компании. Определяются факторы, направленные на рост стоимости компании.

Ключевые слова: управление, повышение стоимости компании, оценка.

Концепция управления стоимостью компании заняла уверенные позиции в теории стратегического и финансового менеджмента. Ключевой принцип данной концепции – приоритет отдается решениям, увеличивающим стоимость компании. Важно отметить, что рост стоимости бизнеса сам по себе не является стратегией. Стоимость в данном случае – критерий оценки эффективности управленческих решений. Преимущество данного критерия в том, что он учитывает одновременно и риск, и доходность и рассматривает их в долгосрочной перспективе. Чтобы действие увеличивало стоимость бизнеса, оно должно приводить к одному или нескольким из следующих действий [2, с. 115]:

- увеличивать денежные потоки, создаваемые существующими инвестициями;
- увеличивать ожидаемые темпы роста прибыли;
- увеличивать продолжительность периода быстрого роста;
- снижать стоимость капитала.

Денежные потоки от установленных активов могут быть увеличены за счет сокращения издержек и повышения эффективности операций. Ожидаемый рост может быть увеличен за счет увеличения коэффициента реинвестиций или доходности капитала, но рост коэффициента реинвестиций будет генерировать рост стоимости, только если доходность капитала превосходит его стоимость.

Быстрый рост может быть продлен посредством организации новых конкурентных преимуществ или развития существующих. Наконец, стоимость капитала может быть снижена в результате движения в сторону оптимального коэффициента долга путем использования долга, в большей степени соответствующего финансируемым активам, а также с помощью действий, снижающих рыночный риск.

Рассмотрим принципы, на которых базируется концепция стоимости [1, с. 74]:

1. Денежный поток, который генерирует компания, является наиболее приемлемым показателем, позволяющим оценить деятельность компании.

2. Новые капитальные вложения компании могут осуществляться только если они создают новую стоимость. Необходимо учитывать, что создают стоимость новые инвестиции только тогда, когда рентабельность этих вложений превышает затраты на привлечение капитала.

3. Вслед за изменением условий окружающей экономической среды комплекс активов компании (т.е. инвестиционный портфель) также должен варьироваться с целью обеспечения максимального увеличения стоимости компании.

Существуют различные пути повышения стоимости компании. Один из первых – это внедрение конкретных инновационных проектов, связанных с генерированием и освоением продуктовых и процессных инноваций.

Важной особенностью является то, что такие проекты начинают «работать» на повышение стоимости еще до того как по ним компания получает реальную прибыль. Первые коммерческие успехи (участие в выставках, пробные продажи, патенты) положительно влияют на стоимость акций компании. Участники фондового рынка начинают предъявлять повышенный спрос на акции компании. Они рассчитывают на будущие прибыли от проектов. При этом менеджеры компании не могут себе позволить раньше времени выдать информацию о проектах, так как за этим может последовать ответная реакция конкурентов [2, с. 167].

Следующий метод – это наращивание имущества компании. Известно, что ценность компании напрямую зависит от ценности его имущества, то есть

материальных и нематериальных активов. В части материальных активов следует отметить: объекты интеллектуальной собственности (результаты разработок и исследований), а также права на интеллектуальную собственность (патенты, авторские права). В части нематериальных активов можно выделить: активы, характеризующие природно-органические запасы полезных ископаемых, права на их обогащение и разработку, а также производственные мощности, которые могут быть применены в производстве наиболее перспективных видов продукции [3, с. 82].

Естественно, что наращивание имущества идет в разрез с целью компании – максимизировать прибыль акционеров. Можно сделать вывод о том, для каждой конкретной компании выбор индивидуален.

Еще один метод – это имущественная синергия. Данное явление происходит, когда соединяются объекты интеллектуальной собственности и права на интеллектуальную собственность; объекты интеллектуальной собственности, права интеллектуальной собственности и подобранный, обученный персонал; приобретение или создание последнего недостающего материального или нематериального актива, который завершает комплектацию имущества компании [5, с. 19].

Достаточно серьезный метод повышения стоимости компании – это ее реорганизация. Имеется в виду ее переход к более привлекательным с точки зрения инвесторов организационным и управленческим структурам. В компании должна быть построена такая структура, которая сможет дать инвесторам уверенность в том, что вложенный капитал будет использоваться в рамках интересующего их проекта. Наибольшее предпочтение отдается следующим структурам [3, с. 83]:

- внедрение в линейную структуру элементов матричных структур;
- наличие в дивизиональной структуре элементов бюджетирования и контроллинга;

– «зонтичная» система представляет собой объединение организаций, работающих под началом одной фирмы, при этом ресурсы и технологии принадлежат материнской компании. В данном случае мы можем говорить о холдинге.

Таким образом, в компании создаются центры прибыли, что снижает для инвестора риск перераспределения средств из одного подразделения в другое.

Следующий метод – это увеличение информационной прозрачности. Рост информационной прозрачности приведет к повышению ликвидности акций компании. Следовательно, растет капитализация.

Еще один метод – это проведение стабильной дивидендной политики. Данный фактор важен для миноритарных инвесторов, владеющих обыкновенными акциями (по привилегированным уже фиксированный процент). Для давно существующих компаний стабильность выплат повышает уверенность инвесторов в своих будущих дивидендах. К сожалению, для молодых компаний данный фактор не работает.

Таким образом, концепция управлению стоимостью – интегрирующий процесс, направленный на качественное улучшение стратегических и оперативных решений на всех уровнях организации за счет концентрации общих усилий на основных (для каждой компании своих) факторах стоимости.

Список литературы

1. Битюцких В.Т. Мифы финансового анализа и управление стоимостью компании. – М.: Олимп-Бизнес, 2014. – №5. – С. 235.
2. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и техника оценки любых активов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2015. – 342 с.
3. Кальбина В.Е. Пути повышения стоимости компании // Вестник магистратуры. – 2013. – №12. – С. 81–84.
4. Макаренков Ф.И. Концепция управления стоимостью предприятия / Ф.И. Макаренков, В.Л. Дэмшин // Управление компанией. – 2015. – №17. – С. 19–21.