

тивный подход, в том же случае будет наблюдаться лишь незначительное снижение показателя конкурентоспособности.

На основе приведенной выше методики разработан программный продукт, который позволяет своевременно принимать управленческие решения с учетом реальных характеристик работы предприятия.

Данный продукт включает математический модуль и удобный интерфейс, построенный на основе языка программирования Visual Basic 6.0, состоящий из пользовательских диалоговых окон, из множества подсказок, обеспечивающих простоту его освоения и использования. При этом полученные результаты могут быть сохранены в виде текстового файла.

После оценки конкурентоспособности существует потребность в управлении уровнем конкурентоспособности с помощью ряда шагов:

1. обоснование необходимого уровня конкурентоспособности;
2. доведение существующих показателей до требуемого уровня;
3. поддержание уровня конкурентоспособности на основе контроля и регулирования;
4. прогнозирование уровня конкурентоспособности;
5. планирование и разработка стратегий развития предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Атамалиева Л. Конкуренция и ее роль в работе предприятий // Финансы, учет и аудит. – 2000. – №9. – С.31-32.
2. Радионова Л.Н., Кантор О.Г., Хакимова Ю. Р. Оценка конкурентоспособности // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – №1. – С.63–77.
3. Щиборщ К.В. Сравнительный анализ конкурентоспособности и финансового состояния предприятий отрасли и/или региона // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – №5. – С.93–104.
4. Яшева Г. Конкурентоспособность предприятий: методика оценки и результаты // Финансы, учет и аудит. – 2000. – №4. – С. 17–20.

УДК 336.713

М.Н.Гриневич, В.А.Устинович

АЛГОРИТМ ОЦЕНКИ И УПРАВЛЕНИЯ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Белорусская государственная политехническая академия
Минск, Беларусь*

На современном этапе большинство директоров отечественных предприятий концентрирует свои усилия на решении текущих задач, оперативном управлении и

соответственно краткосрочном горизонте планирования. Вопросы же перспективного развития нередко оказываются “не у дел”. Для того, чтобы выжить и усилить свои конкурентные позиции на рынке, необходимо на высоком профессиональном уровне проводить стратегическое планирование направленное, прежде всего, на рост рыночной стоимости предприятия, включающее определение альтернативных стратегий и оценка конкретных программ в рамках этих стратегий, а так же выбор методов управления на основе стоимости для анализа и установления целевых нормативов деловых операций. Рыночная стоимость предприятия в конкурентной экономике представляет собой важнейшую комплексную оценку эффективности его деятельности, поскольку чутко и адекватно реагирует на изменение как текущего, так и перспективного положения предприятия.

Исследования мировой практики оценки и управления стоимостью предприятия, проведенные одной из лидирующих международных консалтинговых фирм McKinsey & Company, Inc. (представительство в России с 1992 г.) указывают на тесную связь между ВВП на душу населения, производительностью труда и созданием стоимости [1]. Предприятия, которые не в состоянии уменьшая затраты на производство увеличивать производительность в условиях современной глобализации экономики, быстро сталкиваются с утратой рыночной доли. Страны, не способные повышать производительность труда так же быстро, как их соседи, страдают от “бегства” капитала, эмиграции квалифицированных человеческих ресурсов и снижения уровня жизни.

Процесс оценки стоимости является ключевым элементом развития инфраструктуры любого предприятия, а максимизация стоимости предприятия принимается за его главную цель. Такие традиционные финансовые показатели, как прибыль или темпы роста прибыли, не дают точной и адекватной картины состояния устойчивости и платежеспособности предприятия, не всегда правильно отражают процесс создания новой стоимости. Перед предприятием необходимо также ставить оперативные задачи, основанные на краткосрочных, более явных показателях его финансовой деятельности по созданию прироста стоимости, таких как экономическая прибыль.

Экономическая прибыль представляет собой произведение разницы между рентабельностью всего инвестированного капитала предприятия и затратами на привлечение капитала, на величину инвестированного капитала. Возникновение концепции экономической прибыли относится к периоду опубликования исследований в экономике А. Маршалла в 1980 г. Она в наибольшей мере отражает финансовую устойчивость и платежеспособность как с теоретической, так и с практической точек зрения. Преимущество модели экономической прибыли состоит в том, что данный показатель дает представление о результатах деятельности компании в любом периоде времени, в то время как, например, свободный денежный поток не обладает таким свойством. В самом общем виде финансовую устойчивость пред-

приятия можно охарактеризовать как отражение стабильного превышения его доходов над расходами, обеспечивающего свободный оборот его денежных потоков. Исходя из вышеизложенного, предприятие стоит больше или меньше инвестированного капитала лишь в той мере, в какой оно зарабатывает больше или меньше своих средневзвешенных затрат на капитал. Падение цены предприятия происходит в результате снижения его прибыльности либо увеличения средневзвешенной стоимости обязательств и собственного капитала. В этом смысле управление стоимостью – процесс непрерывной максимизации стоимости предприятия, служащий ориентиром для принятия решений на всех уровнях – от стратегических, до оперативных. Управляя балансом, а тем самым и рентабельностью инвестиций и созданием новой стоимости, на предприятии необходимо разрабатывать структуру факторов стоимости для каждого из управленческих решений: от участка цеха до высшего управленческого уровня.

Этапами предлагаемой системы стоимостной оценки любого предприятия являются:

- анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия за предыдущие периоды;
- прогнозирование будущей деятельности предприятия;
- оценка экономической прибыли предприятия в последующие периоды;
- оценка затрат на капитал;
- определение текущей стоимости предприятия;
- выявление и анализ факторов стоимости, разработка мероприятий по повышению стоимости предприятия.

В развернутом виде система стоимостной оценки предприятия представлена в виде блок-схемы на рис. 1.

Для того, чтобы управление стоимостью было взято за основу прогнозирования деятельности предприятия, необходимо постатейное регулирование баланса наравне с отчетом о прибылях и убытках, а также поддержание разумного сочетания долгосрочных и краткосрочных целей финансовой деятельности. Такое управление, по сути, представляет собой непрерывную реорганизацию, направленную на достижение максимальной стоимости.

Стоимостная оценка должна служить ориентиром на следующих уровнях принятия решений:

- планирование и подведение итогов работы за выбранный период времени;
- разработка соответствующих нормативов, на основании которых оцениваются результаты деятельности и намечаются цели;
- разработка критериев системы поощрения;
- оценка стратегических инвестиционных решений;
- подготовка информации для потенциальных инвесторов.

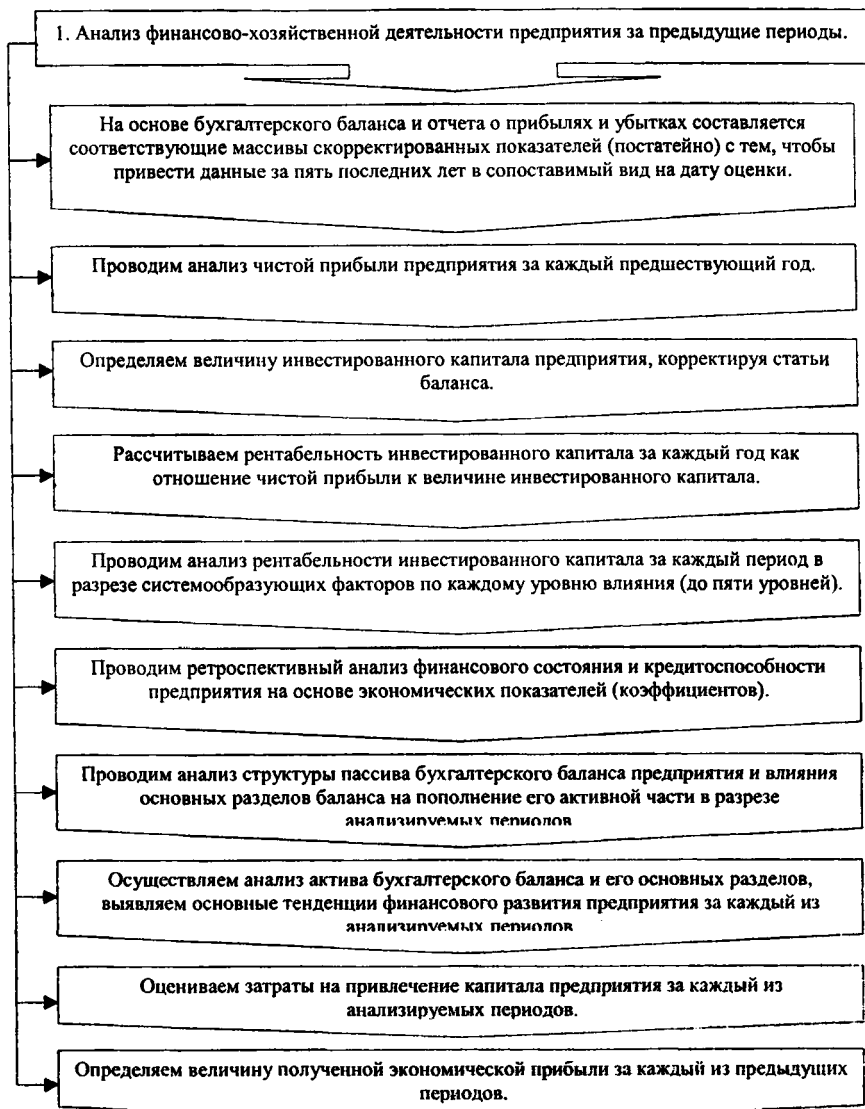
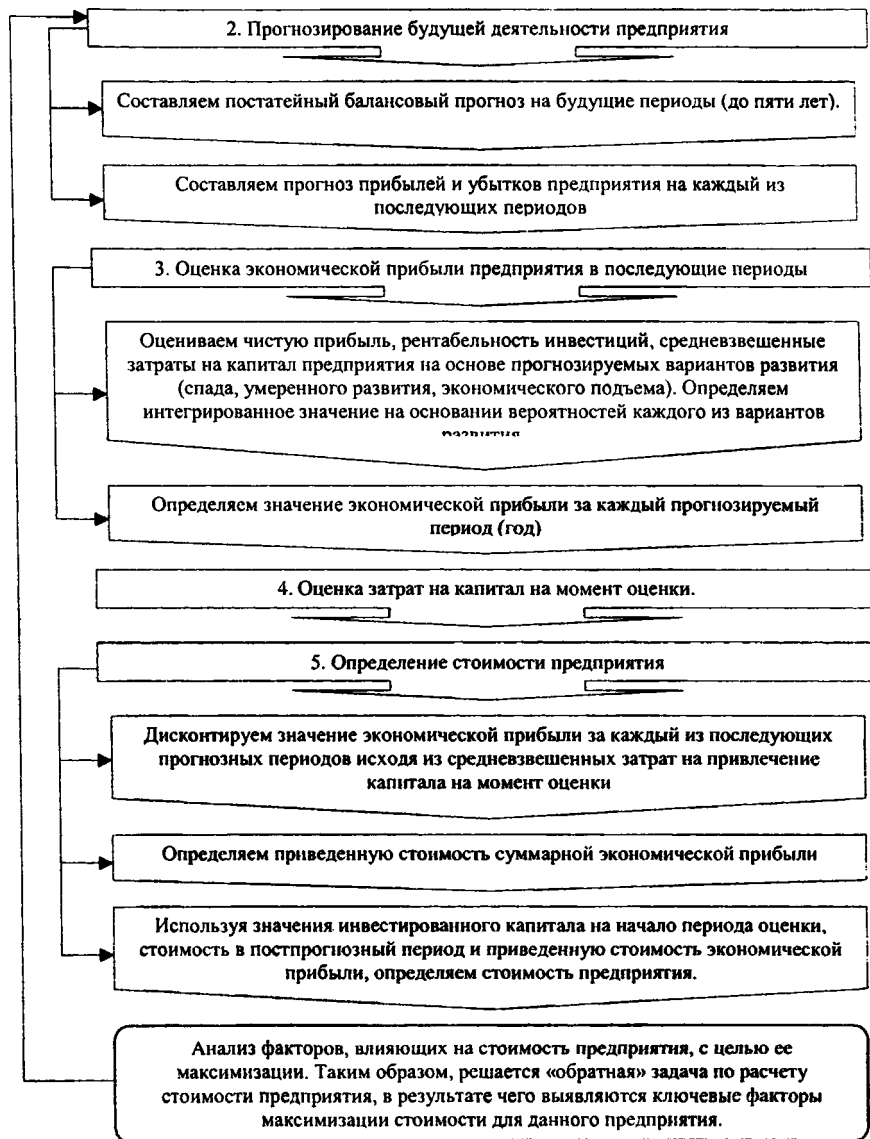


Рис. 1. Этапы стоимостной оценки



Продолжение рис. 1

Руководителям предприятий необходимо рассматривать свою деятельность с позиций повышения стоимости предприятия, уделяя внимание таким факторам стоимости как рост объема продаж, норма прибыли или рентабельность капитала. Все привыкли обращать внимание на рост доходов, но для дальнейшего продвижения вперед основное значение имеет рост стоимости и экономической прибыли от инвестиций. В некоторых случаях это означает отказ от расширения производства и снижение прибыли при условии инвестирования средств в исследования и разработки с долгосрочной окупаемостью. Кроме того, система стимулирования руководителей должна также побуждать последних к созданию стоимости, т.е. определяться достижением текущих целей по конкретным стоимостным факторам, а так же на основе программы отсроченного вознаграждения, построенного на показателе экономической прибыли.

Способность управлять стоимостью – важнейший элемент стратегии управления производством. Методы и приемы оценки стоимости бывают довольно сложны в деталях, однако по своим задачам и применению они сравнительно просты и прозрачны, учитывая возможное применение электронных таблиц. Управление стоимостью не означает создание стоимости путем финансовых спекуляций или манипуляций. Наоборот, управление стоимостью означает разработку направленных на создание стоимости стратегических и оперативных планов для предприятия. Большинство отечественных предприятий только выиграли бы от основательного изучения возможностей структурной перестройки, включающей три крупных этапа:

1. Изучение ситуации с созданием стоимости на предприятии за последние несколько лет и определение возможностей структурной перестройки.
2. Использование этих возможностей на основе разработанного плана.
3. Внедрение системы управления стоимостью в процесс управления предприятием.

Таким образом, управление стоимостью – интегрирующий процесс, направленный на качественное улучшение стратегических и оперативных решений на всех уровнях организации за счет концентрации общих усилий на ключевых факторах стоимости. При хорошо отлаженном управлении стоимостью планирование и оценка результатов деятельности обеспечивают руководителей всех уровней достоверной информацией и необходимыми стимулами для создания новой стоимости.

ЛИТЕРАТУРА

1. McKinsey Global Institute. Service Sector Productivity, Washington D.C., October 1992; Manufacturing Productivity, Washington D.C., October 1993.