

ФАКТОРЫ УПРАВЛЕНИЯ СТОИМОСТЬЮ КОМПАНИИ

Прокофьева А.О. (ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет ИТМО»)

Научный руководитель – д.э.н., профессор Сергеева И.Г.

(ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет ИТМО»)

Введение. Стоимость компании является одним из важнейших индикаторов успешности её деятельности. Для организации повседневных задач, а также принятия стратегически важных решений необходимо четко понимать те элементы структуры управления, которые в большей степени оказывают влияние на формирование стоимости. В связи с этим возникает необходимость изучения факторов стоимости, что позволит наиболее правильно строить оперативную деятельность, принимать стратегические решения. В текущих рыночных условиях вопрос об определении факторов, влияющих на стоимость компании стоит особо остро. На рынке наблюдается «медвежья» тенденция, что обуславливается, как и экономическим циклом, так и происходящими событиями в мире.

Основная часть. Под факторами стоимости понимаются некоторые переменные, которые оказывают влияние на формирование стоимости компании. Процесс определения факторов стоимости Т. Коупленд подразделяет на три стадии:

- распознавание;
- установление приоритетов;
- институционализация.[1]

Этап распознавания состоит в определении элементов системы управления стоимостью, определении связей, объясняющих влияние на стоимость компании. На стадии установления приоритетов необходимо выделить ключевые факторы, которые в большей степени оказывают влияние на формирование стоимости компании. Стадия институционализации основана на внедрении факторов стоимости в систему измерения стоимости.

В научной литературе существует несколько подходов к классификации факторов. Наиболее популярный из них состоит в рассмотрении факторов как внешних и внутренних, которые в свою очередь формируются из финансовых и нефинансовых показателей [3]. К внешним факторам относят геополитическую ситуацию, особенности развития отрасли в стране и регионе, ВВП, темпы инфляции и иные. К внутренним относятся: организационная структура, финансовое состояние, производственные мощности, а также уровень открытости предприятия, его имидж и др.

Из всех факторов, которые можно выделить для конкретной компании, требуется выделение ключевых факторов. При таком подходе реализуется принцип Парето. Определяя наиболее важные компоненты, влияющие на стоимость компании, топ-менеджмент, а также рядовые сотрудники направляют свои усилия на реализацию задач, определенные данными факторами, и только во-вторую очередь направляют усилия на иные аспекты деятельности. Авторы отмечают, что выделение факторов компании также зависит от стадии её развития. [2]

Успешное определение ключевых факторов, а далее создание системы управления ими позволит компании успешно управлять своей стоимостью. Необходимо отметить, что этап выявления факторов является одним из важнейших при реализации управления стоимостью. При неверном определении будут преследоваться цели и задачи, которые уводят от требуемого результата – максимизация стоимости компании.

Выводы. Изучение факторов стоимости компании на сегодняшний день имеет особое значение: осуществление деятельности происходит в рамках VUCA-мира, который характеризуется своей нестабильностью, что мы можем наблюдать с 2019 года особенно ясно. Анализ факторов, связей между ними и стоимостью позволяет компаниям откорректировать структуру управления, а также принимаемые в её рамках управленческие и операционные решения. Такие действия позволяют компаниям в нынешних реалиях увеличивать свою

стоимость, осознанно направлять свои ресурсы на ту или иную деятельность, которая непосредственно связана с улучшением показателей, формирующих ключевые факторы.

Список использованных источников:

1. Бродунов, А. Н. Анализ возможностей и проблем внедрения стоимостного подхода к управлению российскими корпорациями банковского сектора / А. Н. Бродунов, К. Г. Буневич, А. И. Мохова ; Московский университет им. С.Ю. Витте. – Москва : Московский университет им. С.Ю. Витте, 2020. – 162 с.

2. Гали А. И. Факторы стоимости российских компаний на различных этапах жизненного цикла // Известия СПбГЭУ. 2021. №6 (132). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-stoimosti-rossiyskih-kompaniy-na-razlichnyh-etapah-zhiznennogo-tsikla> (дата обращения: 15.02.2023).

3. Исрафилова И. Р. Способы оценки стоимости бизнеса//В сборнике: взаимодействие финансового и реального сектора экономики в контексте становления экономики знаний сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции. 2018. С. 63–65.