

РОЛЬ МОНИТОРИНГА В УПРАВЛЕНИИ СТОИМОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Кузнецов Василий Владимирович

Соискатель, РЭУ им. Г. В. Плеханова (Москва)

kuznetsov.vasili@mail.ru

MONITORING ROLE IN MANAGEMENT OF THE COST OF THE ENTERPRISE

V. Kuznetsov

Summary. Summary: the monitoring role in management of the cost of the enterprise as one of option of decrease in risk of incorrect assessment of a condition of the company, her opportunities and prospects in the corresponding market is considered in this article. The characteristic of a concept of cost of the company is given (actual, market), features of her formation and calculation are defined. Distinctions when determining cost proceeding from basic parameters of her assessment are revealed. The management role is defined during monitoring, the main characteristics of competent management are revealed. On several examples the role of monitoring of management and formation of cost of the enterprise is shown.

Keywords: management, monitoring, cost, prospect, market, investors, capitalization, business purposes.

Аннотация. В данной статье рассмотрена роль мониторинга в управлении стоимостью предприятия как одного из варианта снижения риска неверной оценки состояния компании, ее возможностей и перспектив на соответствующем рынке. Дана характеристика понятия стоимости компании (фактической, рыночной), определены особенности ее формирования и расчета. Выявлены различия при определении стоимости, исходя из базисных параметров ее оценки.

Определена роль менеджмента в ходе мониторинга, выявлены основные характеристики грамотного управления. На нескольких примерах показана роль мониторинга управления и формирования стоимости предприятия.

Ключевые слова: управление, мониторинг, стоимость, перспектива, рынок, инвесторы, капитализация.

Практически все компании на рынке обладают стратегиями развития и управления. Вместе с тем, не все они достигают успеха и повышают свою стоимость. Причин в данной ситуации может быть множество: и внешние (объективные), вызванные воздействием внешних факторов рынка, и внутренние (субъективные), отражающие неверные управленческие решения руководства компании.

Одним из вариантов снижения риска неверной оценки состояния компании, ее возможностей и перспектив на соответствующем рынке, которое может привести не только к снижению ее стоимости, но и к краху, является осуществление мониторинга управления.

Такого рода мониторинг обеспечивает организациям баланс потребности в краткосрочных результатах с защитой своих долгосрочных инвестиций — завтрашних результатов.

Процесс управления предприятием направлен на достижение фундаментальной цели — максимизации его стоимости. При этом, в основе управленческих решений стоят показатели оценки стоимости компании.

Стоимость предприятия является экономическим показателем, отражающим рыночную стоимость бизнеса. Это сумма требований всех заявителей: кредиторов

(обеспеченных и необеспеченных) и акционеров (привилегированных и общих). Стоимость предприятия является одним из основных показателей, используемых в оценке бизнеса, финансовом моделировании, бухгалтерском учете, анализе портфеля и анализе рисков.

Стоимость предприятия является более полной, чем рыночная капитализация, которая отражает только обыкновенный капитал.

Стоимость компании может быть получена из оценки активов, которыми она владеет. Вместе с тем, оценка стоимости предприятия по данным публикуемой отчетности указывает на ее характеристики в период, за который составлена отчетность. Вместе с тем, фактически за период с даты публикации отчетности до даты оценки стоимости предприятия, например, для продажи может пройти определенный промежуток времени, за который ситуация на рынке поменяется и изменит объективные факторы, влияющие на капитализацию исследуемой компании, что в конечном счете, может привести и к фактическому изменению отчетных параметров. Безусловно, это может в целом изменить и показатели стоимости.

Стоимость предприятия является полезным показателем успеха или полезным показателем эффективности, когда, помимо рейтинга, учитываются риски прибыли компании (например, с помощью учетной про-

центной ставки). Можно с уверенностью утверждать, что стоимость предприятия зависит от вероятности дефолта (рейтинга) и работает как отрицательный темп роста в будущем.

Стоимость предприятия является одним из наиболее важных понятий в инвестировании, поэтому ее оценка становится важной и в целях проведения прибыльной сделки для самих акционеров.

Стоимость предприятия — это теоретическая цена, по которой его можно купить. Она существенно отличается от рыночной капитализации и учитывает многие другие факторы для достижения правильной оценки бизнеса. Таким образом, при подведении итогов в ходе осуществления мониторинга управления компанией инвесторы узнают фактическую стоимость организации.

Инвесторы инвестируют в компанию, когда знают ее истинную стоимость. Самые высокие инвестиции приходят в те компании, которые генерируют более высокие денежные потоки наряду с высокой стоимостью предприятия. Долг и денежные средства оказывают огромное влияние на поиск правильной оценки компании. Оба компонента не входят в рыночную капитализацию для определения истинной стоимости компании.

С другой стороны, стоимость предприятия учитывает этот аспект и помогает определить фактическую стоимость предприятия. Стоимость предприятия помогает инвесторам узнать точную стоимость компании и определить, недооценена она или нет.

Таким образом, мониторинг обеспечивает снижение риска инвестирования для инвесторов и потери прибыли от продажи для собственников.

В отличие от рыночной капитализации, где и рыночная цена, и количество выпущенных акций доступны для изучения широкому кругу пользователей, практически невозможно рассчитать стоимость предприятия без внесения ряда корректировок в опубликованные открытые данные, включая часто субъективные оценки стоимости.

Так, подавляющее большинство корпоративных долгов не котируются на бирже. Большая часть корпоративного долга имеет форму банковского финансирования, финансовой аренды и других форм долга, для которых нет рыночной цены. Ассоциированные компании и интересы меньшинств отражаются в отчетности по первоначальной балансовой стоимости, которая может сильно отличаться от их рыночной стоимости. Необеспеченные пенсионные обязательства основываются на различных актуарных допущениях и представляют собой оценку непогашенного обязательства, а не его истинную рыноч-

ную стоимость. Публичные данные по некоторым ключевым входным данным для оценки стоимости, таким как остатки денежных средств, уровень задолженности и резервы, публикуются не ежедневно, а только один раз в год в годовом отчете и отчетах компании. Публикуемая отчетность актуальна только несколько недель или месяцев после окончания года, т.е. указанные выше сведения уже устарели.

То есть, для оценки стоимости предприятия следует руководствоваться не только публикуемыми данными отчетности, но и показателями рынка на момент проведения оценки. Данные сведения могут быть получены в ходе проведения мониторинга как внешних факторов рынка, так и внутренних финансовых показателей, и возможностей.

На практике для обеспечения достоверной оценки стоимости предприятия расчеты основываются на данных текущего мониторинга в разумных оценках рыночной стоимости этих компонентов. Например, во многих профессиональных оценках необеспеченные пенсионные обязательства оцениваются по номинальной стоимости, указанной в примечаниях к последним имеющимся счетам. Задолженность, которая не является предметом публичной торговли, обычно принимается по номинальной стоимости, если только компания не сильно ориентирована (в этом случае требуется более сложный анализ). Ассоциированные компании и миноритарные доли обычно оцениваются по балансовой стоимости или как кратные их зарплате.

Именно в ходе мониторинга ключевых детерминант стоимости, таких как ожидаемые денежные потоки, инвестиционный риск, значение капитала и сервиса, ожидаемый потенциал роста бизнеса, возможность появления и существования полезных эффектов в будущем определяется реальная стоимость компании на рынке на текущий момент.

Менеджмент и совет директоров компании должны ориентироваться в своей работе на максимальное увеличение прибыли, капитализации и дивидендов [3], а это возможно, в том числе в результате мониторинга управления.

В социологическом словаре мониторинг определяется как «один из наиболее эффективных способов повторного социологического исследования, представляющего собой целостную систему отслеживания происходящих в обществе или в его отдельных структурах и общностях (группах) изменений на основе изучения и анализа массовых представлений о них, осуществляемого через небольшие (квартал, год) промежутки времени» [5].

Под мониторингом, в широком смысле, понимается непрерывный процесс наблюдения и регистрации параметров объекта, в сравнении с заданными критериями.

Мониторинг — это процесс, способствующий повышению эффективности и достижению результатов. Его цель заключается в совершенствовании нынешнего и будущего управления мероприятиями, результатами и отдачей. Он в основном используется для оценки эффективности проектов и программ, созданных компаниями на рынке. Он устанавливает связь между прошлыми, настоящими и будущими действиями.

Процессом мониторинга могут управлять доноры, финансирующие оцениваемую деятельность, независимое подразделение организации-исполнителя, руководители проектов или сами группы исполнителей и/или частная компания. Достоверность и объективность докладов о мониторинге и оценке в значительной степени зависят от независимости экспертов по оценке. Их опыт и независимость имеют большое значение для успеха этого процесса.

Мониторинг представляет собой непрерывную оценку, целью которой является предоставление всем заинтересованным сторонам на раннем этапе подробной информации о ходе или задержке текущей деятельности по оценке. Это надзор за стадией реализации деятельности.

Мониторинг — это систематический процесс сбора, анализа и использования информации для отслеживания прогресса исследуемого объекта в достижении ее целей и принятия управленческих решений. Мониторинг обычно фокусируется на процессах, например, когда и где происходят действия, кто их выполняет и сколько людей или организаций достигает поставленных целей.

Его цель состоит в том, чтобы определить, были ли достигнуты запланированные результаты, поставки и графики, с тем чтобы можно было принять меры для скорейшего устранения недостатков.

Эффективное планирование в сочетании с эффективным мониторингом и оценкой может сыграть важную роль в повышении эффективности программ и проектов в области развития. Хорошее планирование помогает сосредоточиться на важных результатах, а мониторинг и оценка помогают компаниям учиться на прошлых успехах и проблемах и принимать обоснованные решения, чтобы нынешние и будущие инициативы могли улучшить положение компании на рынке.

Мониторинг управления является ключевой задачей руководителей и ключевых менеджеров компаний, уро-

вень компетентности которых также влияет на его результаты и, соответственно, на стоимость компании.

Управленцы должны обладать способностями планировщика, координатора, проектировщика и маркетолога. Успех организации будет зависеть от способностей управляющего состава в использовании ресурсов для достижения бизнес-целей. Есть быстрые изменения в технологиях, метода производства, маркетинга, финансах и руководитель / менеджеры (далее — менеджеры) должны быть достаточно компетентными, чтобы справиться и правильно проанализировать указанные изменения. В результате стоимость всего бизнеса будет расти.

Менеджер должен выполнять ряд функций от планирования до контроллинга. Он должен принимать решения по каждому виду деятельности.

Менеджер должен иметь надлежащее образование. Сегодня менеджеры должны иметь управленческое образование, помимо образовательного ценза. Образование не только расширяет кругозор, но и помогает понять вещи и правильно их интерпретировать. Знание бизнес-среды также важно для решения различных проблем, с которыми может столкнуться организация.

Менеджер должен выполнять больше обязанностей, чем другие лица в организации. Он должен иметь более высокий уровень интеллекта по сравнению с другими лицами. Интеллект поможет менеджеру в оценке настоящих и будущих возможностей для бизнеса. Он сможет предугадать все заранее и принять необходимые решения в нужное время.

Менеджер должен направлять и мотивировать людей, работающих в организации. Он обеспечит руководство подчиненным. Энергия подчиненных должна быть правильно направлена на достижение организационных целей. Если руководитель обладает лидерскими качествами, то он может мотивировать подчиненных в повышении их работоспособности и работе на полную мощность на благо организации.

Менеджер должен приобрести управленческие навыки. Эти навыки состоят из технических навыков, человеческих навыков и концептуальных навыков. Эти навыки должны быть приобретены через образование, рекомендации, опыт и т.д. Они необходимы для руководителей всех уровней.

Менеджер должен обладать техническими знаниями о производственных процессах и другой деятельности, осуществляемой на предприятии. Он будет иметь больше возможностей для инспектирования и руководства, если он сам будет знать об этой деятельности.

Менеджер должен иметь умственную зрелость для решения различных ситуаций. Он должен быть терпеливым, хорошим слушателем и быстро реагировать на ситуации. Он должен принять много неудобных решений, которые могут негативно повлиять на работу, если не будут приняты должным образом. Он должен сохранять спокойствие при общении с подчиненными.

Позитивный настрой — это преимущество для менеджера. Он должен с пониманием и позитивно относиться к различным предложениям и принятым решениям. Он не должен судить о вещах и принимать чью-либо сторону. Он должен стараться развивать хорошие отношения с различными людьми, которые имеют с ним дело. Он должен понять их проблемы и попытаться протянуть руку помощи.

У менеджера должна быть уверенность в себе. Он должен принимать много решений ежедневно, он может анализировать вещи систематически, прежде чем принимать решения. После того, как он принимает решения, то он должен придерживаться их и попытаться реализовать их.

Отсутствие указанных выше профессиональных и личностных качеств менеджеров могут негативно повлиять на оценку стоимости компании в целом.

Мониторинг управления может быть направлен на различные объекты: активы компании, конкурентов, цены, трудовые ресурсы и т.п.

Так, например, внедрение мониторинга управления ценами в компании позволяет устранить различие цен по филиалам в рамках одного субъекта РФ, сократить процесс согласования стоимости материально-технических ресурсов, снизить возможные риски превышения выделенных средств на реализацию планов капитального строительства и ремонтов за счет завышения цен приобретения материально-технических ресурсов [6].

В данном случае роль мониторинга на практике заключается в ценовой оптимизации материальных затрат, снижении себестоимости продукции, повышении доверия покупателей ввиду равнозначности стоимости вне зависимости от района продаж. Мониторинг рыночных цен нужен для определения достоверной стоимости строительных материалов, технических и трудовых ресурсов.

Мониторинг цен строительных ресурсов позволяет повысить качество ценообразования; систематизировать все процессы и процедуры, обеспечивающие определение максимально точной сметной стоимости объектов капитального строительства; исключить использование индексов удорожания и минимизировать

риски завышения сметной стоимости; учитывать точные затраты на транспортную логистику или труд рабочих в конкретном регионе и т.п.; организовать новые форматы взаимодействия со всеми участниками рынка и выстроить современный подход к ценообразованию.

Все это в целом, безусловно, влияет и на стоимость всей компании.

Основным инструментом оценки состояния конкурентной среды является мониторинг. В данном случае это будет мониторинг управления сторонних компаний на рынке в целях определения их рыночной позиции, поиска новых путей развития и определения конкурентных преимуществ.

Мониторинг состояния конкурентной среды представляет собой систематический сбор и обработку информации, которая в дальнейшем используется для принятия управленческих решений по регулированию развития конкуренции на рынках региона. Результаты мониторинга могут использоваться органами власти для информирования предпринимателей и общественности, а также как инструмент обратной связи при осуществлении проектов или программ развития конкуренции [2].

Мониторинг состояния конкурентной среды позволяет выявить изменения на локальных рынках товаров и услуг региона, на основании которых будет выработан курс действий органов власти по развитию конкуренции на перспективу. Мониторинг является основным инструментом реализации Стандарта развития конкуренции и оценки состояния конкуренции на региональном рынке. Мониторинг позволяет оценить динамику хозяйствующих субъектов на региональном рынке, административные барьеры входа на рынок, а также экономические и административные ограничения для развития конкуренции [4].

В результате повышения конкурентных преимуществ также будет увеличиваться стоимость компании на рынке, именно поэтому, роль мониторинга конкурентных преимуществ как одного из направлений правления компанией бесспорна.

Для некоторых сфер производства существуют специфические типы мониторинга, осуществление которых также необходимо в целях формирования общей стоимости компании на рынке. Так, например, для предприятий нефтегазовой отрасли важно осуществлять экологический мониторинг управления.

Экологический контроль / мониторинг описывает процессы и мероприятия, которые необходимо провести для характеристики и контроля качества окружающей

среды. Экологический мониторинг используется при подготовке оценок воздействия на окружающую среду, а также во многих случаях, когда деятельность человека несет риск вредного воздействия на природную среду [1].

Результат экологического мониторинга должен показать уровень управления затратами на охрану окружающей среды, политику компании по сохранению природных ресурсов. Положительные выводы мониторинга внесут существенный вклад в общую оценку деятельности компании и, соответственно, увеличат не только ее капитализацию, но и обеспечат благоприятное отношение инвесторов.

Это лишь некоторые примеры показательной роли мониторинга управления стоимостью предприятия. В зависимости от объекта управления они могут быть также направлены на трудовые ресурсы, активы, инновации, технологии, инвестиции, иные конкурентные преимущества компании. С учетом период планирования можно выделить краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный мониторинг управления. Исходя из субъектного состава проводится мониторинг руководящим составом компании, ведущими топ-менеджерами, рядовыми сотрудниками и т.п.

Менеджменту компаний необходимо обеспечить правильный баланс между всеми типами мониторинга управления в целях создания устойчивости бизнеса. Не стоит забывать, что чрезмерное внимание к одному из видов мониторинга может привести к ухудшению показателей по иным сферам управления. Это, безусловно, будет ухудшать конкурентоспособность фирм, усиливать системный риск, и уменьшать потенциал всего бизнеса.

Так, например, краткосрочный мониторинг управления следует проводить в отношении новых технологий, сокращении времени торговли и транзакционных издержек, повышенной волатильности рынка, освещении в средствах массовой информации. Все эти критерии, так или иначе, влияют на общие характеристики компании и, соответственно, на ее стоимость. Вместе с тем, не стоит забывать, что при определении краткосрочных результатов уделяется недостаточное внимание стратегии развития компании на перспективу, основам создания стоимости фирмы.

Несмотря на все многообразие типов и форм мониторинга, его роль очевидна: он обеспечивает рост капитализации компании, повышение ее стоимости на рынке, увеличение поступлений прибыли собственникам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аржаткина М. С. Роль экологического контроля, как элемента эколого-экономического менеджмента // Горный информационно-аналитический бюллетень. Отдельные статьи. — М.: МГГУ, 2013. — № 9. — С. 22–24.
2. Иващенко, Н. Н. Разработка мониторинга конкуренции на муниципальном уровне / Н. Н. Иващенко, М. Л. Теодорович // Социологический альманах. — 2015. — № 6. — С. 428–435.
3. «Матричная» система заменила строгую иерархию вертикали / [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://rg.ru/2017/02/21/rossijskie-kompanii-usheshno-vnedrili-praktiku-proektnogo-upravleniia.html>.
4. Окшин, В. В., Савина, А. М. Мониторинг состояния конкурентной среды на региональном рынке // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. Социология. 2017. № 4 (44). — С. 105–114.
5. Социологический словарь ИАЦ «SOCIUM» / [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.socium.info/dict>.
6. Сагетдинов, А. Ф. Мониторинг стоимости материально-технических ресурсов как инструмент оптимизации деятельности предприятия / Вестник Казанского государственного энергетического университета. 2015. — С. 187–190.

© Кузнецов Василий Владимирович (kuznetsov.vasili@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»