

УДК 336.64

DOI 10.26118/2782-4586.2024.98.91.002

ЗЕМЛЕМЕРОВ ДМИТРИЙ ИГОРЕВИЧ

Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

Стратегии роста стоимости компании: особенности в современных условиях

Аннотация. В современном бизнесе одной из наиболее широко используемых концепций развития является принцип максимизации рыночной стоимости компании. В соответствии с этим принципом бизнес создается и управляется в целях максимизации рыночной стоимости компании (или ее капитализации). Создание стоимости бизнеса и капитала является мощным двигателем и увеличительным стеклом для выявления критериев, которые смогут оказать наибольшее влияние для акционеров при выборе курса для стратегической трансформации компании, а также на программу преобразований компании. По мере увеличения количества масштабных слияний, поглощений и поглощений отечественных компаний перед менеджерами ставятся новые задачи по увеличению стоимости компаний. Реализация заключается в том, чтобы владелец получил большую прибыль в случае продажи бизнеса. Стоимость компании является основным критерием, по которому акционеры оценивают деятельность компании, а, следовательно, и эффективность ее менеджмента.

Ключевые слова: стоимость компании, стратегия развития, рост предприятия, эффективное управление

ZEMLEMEROV DMITRY IGOREVICH

**Non-governmental educational private institution of higher education
"Moscow Financial and Industrial University "Synergy"**

**Strategies for increasing the company's value: features in modern
conditions**

Annotation. In modern business, one of the most widely used development concepts is the principle of maximizing the market value of the company. According to this principle, business is created and managed to maximize the market value of the company (or its capitalization). Creating business and capital value is a powerful driver and magnifying glass for identifying the criteria that will have the greatest impact for shareholders in setting the course for the strategic transformation of the company, as well as for the company's transformation program. As the number of large-scale mergers, acquisitions and takeovers of domestic companies increases, managers are faced with new challenges to increase the value of companies. The realization is that the owner has received a large profit in case of selling the business. The value of the company is the main criterion by which shareholders evaluate the company's activity and, consequently, the efficiency of its management.

Keywords: company value, development strategy, enterprise growth, effective management

Стоимость компании является основным критерием, по которому акционеры оценивают эффективность ее деятельности и работу ее руководителя. Менеджеры, заинтересованные в повышении стоимости компании, располагают широким спектром возможностей – от улучшения операционного управления до привлечения заемных средств. Однако практически все предпринимаемые шаги в конечном итоге направлены на повышение ее рыночной цены. Первым этапом в решении этой задачи должно стать создание соответствующей рыночной стратегии. Для этого необходимо оценить текущую стоимость компании. Она позволит не только узнать ее цену, но и выявить факторы, вклад которых в общую

стоимость можно увеличить[1]. Ключевые факторы, влияющие на стоимость компании, делятся на две группы:

* Внутренние: показатели деятельности предприятия (выручка, прибыль, рентабельность, качество продукции, техническая оснащенность, раскрученный бренд и т.д.).

* Внешние: менее контролируемые факторы, такие как конкурентная среда, перспективы рынка, законодательная база и др. [4] Менеджеру следует реализовывать конкретные меры по повышению стоимости компании, воздействуя на более управляемые внутренние факторы. Трансформации в этом направлении должны осуществляться последующим направлениям:

1. Формирование четкой стратегии развития бизнеса.

Наличие четко сформулированной стратегии повышает рыночную устойчивость и конкурентоспособность компании, что положительно влияет на ее стоимость.

2. Оптимизация операционной деятельности.

Улучшение процессов производства, закупок, сбыта и управления повышает эффективность деятельности компании, что отражается на ее прибыльности и стоимости.

3. Инвестиции в инновации и развитие

Введение новых продуктов, совершенствование технологий и разработка новых рынков сбыта способствует росту компании и повышению ее привлекательности для инвесторов.

4. Усиление бренда и маркетинга

Создание сильного бренда, повышение узнаваемости компании и эффективная маркетинговая стратегия помогают привлекать новых клиентов и увеличивать долю рынка, что повышает стоимость бизнеса.

5. Совершенствование управления

Внедрение современных систем управления, развитие корпоративной культуры и привлечение талантливых сотрудников улучшают бизнес-процессы и способствуют повышению стоимости компании.

б. Привлечение внешнего финансирования

Разумное привлечение заемных средств или продажа доли в компании может дать возможность для реализации инвестиционных проектов и роста организации, что в конечном итоге приведет к повышению ее стоимости.

Повышение стоимости компании – это сложная задача, требующая стратегического подхода и постоянной работы над ключевыми факторами бизнеса[3]. Реализуя эти направления, менеджеры могут значительно увеличить привлекательность своей компании для инвесторов и собственников, тем самым повышая ее рыночную цену.

Интенсивному росту предприятий способствуют такие факторы, как:

- привлечение новых покупателей товаров и услуг;
- активизация рынка;
- развитие рынка;
- разработка продукции.[2]

Интенсивный рост, основанный на привлечении новых покупателей, базируется на работе с так называемым "спящим рынком". Основным средством стимулирования его "пробуждения" считается стимулирование сбыта и повышение осведомленности потенциальных потребителей о компании и ее предложениях. Еще один источник интенсивного роста - активизация рынка. Она основана на привлечении клиентов конкурентов путем осуществления позитивных действий, связанных с продвижением на рынок товарной продукции, с одной стороны, и побуждением к увеличению частоты использования (в том числе разового) предлагаемого продукта, с другой. Интенсивный рост бизнеса может быть обеспечен за счет развития рынка. В этом случае компаниям необходимо создавать новые сегменты рынка, развивать и расширять

собственные каналы сбыта, выходить в другие регионы. Наконец, еще одна возможность обеспечить интенсивный рост предприятий — это развитие за счет сырьевых ресурсов. Для этого могут осуществляться различные виды деятельности, связанные с улучшением достижения функций (целей) продукта, развитием характеристик товара, обновлением ассортимента, дополнением и расширением существующего ассортимента товаров и услуг, разработкой новых моделей товаров, их изменением, улучшением качества.

Таким образом стоимость бизнеса определяется не только его текущими показателями. Цена бизнеса во многом зависит от потенциала его дальнейшего развития, в частности, от увеличения объемов продаж, возможностей расширения рынка сбыта продукции и перспектив самого рынка. Поэтому стоит учитывать, что если вы решили продать компанию, то эти факторы могут как увеличить, так и уменьшить ее цену. Поскольку основным фактором, влияющим на стоимость предприятия, является его способность генерировать прибыль. Стоит отметить, что увеличение стоимости компании, как правило, связано с ростом прибыли или более эффективным использованием вложенного капитала, то есть с увеличением рентабельности инвестиций. Важнейшей задачей менеджмента является формирование эффективного управления бизнесом таким образом, чтобы отдача на вложенный капитал, а значит, и стоимость компании.

Список источников

1. Спиридонова Е. А. Оценка и управление стоимостью бизнеса : учебник и практикум для вузов / Е. А. Спиридонова. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17794-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536908>

2. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник для вузов / М. В. Романовский [и др.] ; под редакцией М. В. Романовского, О. В. Врублевской, Н. Г. Ивановой. — 4-е изд., испр. — Москва : Издательство

Юрайт, 2024. — 582 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15975-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].— URL: <https://urait.ru/bcode/535386>

3. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник для среднего профессионального образования / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 436 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09529-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536651>

4. Арсенова Е.В., Крюкова О.Г. Экономика фирмы: схемы, определения, показатели: справочное пособие. М.: Магистр, ИНФРА-М, 2014.

5. -Герасимова В.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности промышленного предприятия: Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2011.

6. Ларина И. Е., Соколов П.В. Современные стандарты управление рисками и их роль в обеспечении эффективной финансово-хозяйственной деятельности предприятия// Актуальные вопросы современной экономики. 2022.- №5. С.415-421

Информация об авторе

ЗЕМЛЕМЕРОВ ДМИТРИЙ ИГОРЕВИЧ, аспирант экономического факультета Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия», г. Москва, Россия

Information about the author

ZEMLEMEROV DMITRY IGOREVICH, postgraduate student of the Faculty of Economics, Non-state educational private institution of higher education “Moscow Financial-Industrial University «Synergy», Moscow, Russia