

СИСТЕМА ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Для проведения анализа формирования стоимости предприятия необходимо учитывать в оценке долгосрочные показатели, управлять всеми денежными потоками, оказывающими влияние на баланс и отчет о прибылях и убытках а так же анализировать денежные потоки за различные периоды времени и проводить их прогнозирование с поправкой на соответствующий риск с целью оптимизации их влияния на стоимость предприятия.

Величина стоимости предприятия в наибольшей мере отражает финансовую устойчивость и платежеспособность как с теоретической, так и с практической точек зрения. В самом общем виде эффективность деятельности субъекта хозяйствования можно охарактеризовать как стабильное превышение его доходов над расходами, обеспечивающее свободный оборот его денежных потоков. Это такой процесс формирования и использования финансовых ресурсов экономического субъекта, который обеспечивает его развитие на основе увеличения рентабельности всего инвестированного капитала при сохранении соответствующего уровня платежеспособности и кредитоспособности. При этом уменьшение цены предприятия будет означать снижение его прибыльности либо увеличение стоимости обязательств и собственного капитала. Если рентабельность инвестированного капитала меньше средневзвешенных затрат на капитал (получаемый денежный поток с запасом поглощается финансовыми обязательствами), предприятию не удастся сгенерировать достаточно денежных средств, чтобы остаться «на плаву», и оно либо обанкротится, либо потребует государственной поддержки.

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 всех уровней должна также побуждать последних к созданию стоимости, т.е. определяться достиже-

нием текущих целей по конкретным стоимостным факторам, а так же на основе программы отсроченного вознаграждения, построенного на показателе экономической прибыли.

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 и определение текущей стоимости предприятия;
- выявление и анализ факторов стоимости, разработка мероприятий по повышению стоимости предприятия.

И.И. Грищенко

Гомельский кооперативный институт (Гомел)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПЛАНИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Динамичность и неопределенность рыночной среды, в которой приходится работать сотрудникам маркетинговых и сбытовых подразделений предприятий, создает определенные проблемы планирования маркетинговой деятельности. Выполнение оперативных маркетинговых процедур не оставляет достаточного резерва времени для разработки стратегических и тактических планов маркетинга, организации контроля их реализации.

Необходимость планирования маркетинговой деятельности в современных условиях определяется следующими обстоятельствами:

- существует тесная взаимосвязь действий в рамках определенного рынка и комплекса маркетинга;
- утвержденный директором план является основой для выделения денежных средств на маркетинговые мероприятия;
- планирование маркетинга обеспечивает руководство информационной базой для принятия стратегических решений;