

Косорукова И. В., канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой Оценочной деятельности, фондового рынка и налогообложения
МФПУ «Синергия», г. Москва, IKosorukova@mfp.ru



СТОИМОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БИЗНЕСА

Проблема анализа конкурентоспособности бизнеса актуальна в любых рыночных экономиках и на каждой стадии их развития. Но в изменяющихся условиях деятельности бизнеса меняются ценностные ориентиры, соответственно, модифицируется и совершенствуется инструментарий анализа. В статье раскрываются возможности использования стоимостно-ориентированного анализа для целей анализа конкурентоспособности бизнеса. Рассматривается инструментарий на стратегическом и оперативном уровне, а также практика его применения.

Ключевые слова: стоимость, стоимостно-ориентированный анализ, конкуренция.

Введение

Еще более 20 лет назад была доказана взаимосвязь между ВВП на душу населения, производительностью труда и созданием стоимости¹. На макроэкономическом уровне в конкурентной среде рост производительности является главным источником увеличения стоимости. Страны, не способные повышать производительность труда, столкнутся с проблемой утечки капитала, эмиграции квалифицированных человеческих ресурсов и снижения уровня жизни².

Это правило характерно и для микроуровня. Предприятия, работающие не эф-

фективно, столкнутся с теми же проблемами, но на своем уровне.

Возникает вопрос оценки эффективности работы менеджмента, как на микро-, так и на макроуровне. Какие инструменты уже используются, какие необходимо применять аналитикам для принятия адекватных управленческих решений для выживания в конкурентной борьбе?

Стоимость бизнеса представляет собой комплексный показатель, который учитывает притоки и оттоки денежных средств, риски, связанные с их получением, перспективы развития бизнеса, является показателем, характеризующим качество работы менеджмента. При формировании величины стоимости учитываются не только внутренние, но и внешние (систематические) риски, в рамках формирования рыночной стоимости учитывается отраслевая специфика компании, что отражается на расчете стои-

¹ Коугленд Т., Коллер Т., Муррин Д. Стоимость компании: оценка и управление. М.: Олимп-бизнес, 2008. С. 27–43.

² Там же.

мости. Стоимость бизнеса для публичных компаний является критерием принятия решений в области инвестирования средств в акции такой организации, учитывает недооцененность или переоцененность акций.

Перечисленные аспекты указывают на то, что наиболее комплексным представляется подход к оценке эффективности работы организации на основе стоимости бизнеса³. Рассмотрим концепции управления финансами организации и показатели, отражающие целевые критерии принятия решений в них.

Анализ существующих концепций управления финансами организации

Наиболее известны по специальной литературе следующие концепции принятия решений в области финансов:

- финансовый менеджмент;
- контроллинг;
- система сбалансированных показателей (BSC);
- процессно-ориентированный менеджмент (ABM);
- стоимостно-ориентированный менеджмент (VBM).

Коротко проанализируем сущность, цели и задачи каждой концепции.

Финансовый менеджмент — управление финансами организации. Его цели соответствуют стратегии развития бизнеса:

- выживание в конкурентной борьбе;
- минимизация затрат;
- максимизация дохода;
- выход на заданный уровень рентабельности;
- максимизация стоимости бизнеса и др.

³ Причины, по которым следует принять систему, ориентированную на стоимость для акционеров, были описаны автором в статье «Влияние управления стоимостью бизнеса на его конкурентоспособность» (Современная конкуренция. 2007. №2) и в книге «Оценка стоимости ценных бумаг и бизнеса» (М.: Московская финансово-промышленная академия, 2011).

- Перечислим задачи данной стратегии:
- минимизация цены капитала;
- максимизация денежных потоков;
- оптимизация источников финансирования;
- обеспечение эффективного управления инвестициями и т. д.

Контроллинг — информационное обеспечение ориентированного на результат управления предприятием. Его цель — путем подготовки и предоставления управленческой информации ориентировать руководство на принятие решений.

Обозначим задачи этой стратегии:

- анализ и прогноз внешней среды;
- анализ и прогноз работы предприятия;
- стратегическое планирование;
- оперативное планирование и бюджетирование;
- управление и контроль;
- постановка финансового и управленческого учета.

Процессно-ориентированный менеджмент (activity-based management, ABM) — инструмент, позволяющий увязать стратегические цели с оперативными задачами при реализации корпоративной стратегии. Используется в двух формах:

- процессно-ориентированное планирование, которое включает:
 - формирование сценариев развития;
 - оптимизацию ресурсов;
 - учет использования ресурсов, выявление «узких мест»;
 - формирование прогнозов и оптимизации ресурсов;
- функционально-стоимостной анализ, включающий:
 - разнесение затрат по центрам ответственности;
 - формирование затрат и доходов по продуктам, клиентам, каналам продаж и т. д.;
 - анализ отклонений.

Как правило, планирование и анализ осуществляются через внедрение КИС (корпоративной информационной системы), пред-

назначенной для построения и эксплуатации информационно-аналитических систем управления затратами, доходами и эффективностью, реинжиниринга бизнес-процессов.

Система сбалансированных показателей (Balanced Scorecard, BSC) — система стратегического управления и оценки ее эффективности, которая переводит миссию и общую стратегию компании в систему показателей. Цель состоит в направлении деятельности организации на достижение миссии и стратегических целей.

Система *BSC* дает ответы на четыре наиболее важных вопроса:

- 1) как фирму оценивают клиенты (аспект клиента);
- 2) какие процессы могут обеспечить фирме исключительные конкурентные преимущества (внутрихозяйственный аспект);
- 3) каким образом можно достичь дальнейшего улучшения состояния фирмы (аспект инноваций и обучения);
- 4) как оценивают предприятие акционеры (финансовый аспект).

Впервые используются нефинансовые показатели деятельности. Перечислим особенности рассматриваемой системы:

- перевод стратегии на уровень конкретных мероприятий;
- связь всех подразделений со стратегией;
- реализация стратегии всеми сотрудниками;
- стратегическое управление в режиме реального времени;
- мотивация эффективного труда всех сотрудников.

Стоимостно-ориентированный менеджмент (Value Based Management, VBM). Управление стоимостью входит в систему *Value Based Management* — менеджмент, нацеленный на создание, управление и оценку стоимости.

Современная концепция управления бизнесом ориентируется на стоимостный подход в принятии решений. Концепция *Value*

Based Management в качестве основных критериев принятия решений использует такие показатели, как *рыночная стоимость бизнеса, добавленная стоимость бизнеса, денежные потоки, риски, цена капитала.*

В рамках управленческих технологий стоимостно-ориентированного менеджмента проводится анализ факторов, формирующих стоимость бизнеса в соответствующих отраслях экономики, а также влияния на стоимость налогового менеджмента, результатов разработки инвестиционной, финансовой и операционной стратегий управления стоимостью, оценки результатов управления стоимостью компании.

Сравним концепции управления финансами организации (табл. 1).

Критериями для сравнительного анализа послужил перечень позиций, с которых менеджмент дает оценку ситуации в бизнесе:

- 1) в рамках оценки прошлого (это и делает традиционный экономический и финансовый анализ);
- 2) в рамках прогнозирования будущего (прогноз осуществляем в рамках построения бизнес-планов и оценки стоимости бизнеса);
- 3) показатели анализа внутреннего состояния;
- 4) показатели сравнительного анализа;
- 5) анализ показателей вознаграждения;
- 6) анализ показателей мотивации.

При этом нужно отметить, что к **заинтересованным сторонам (Stakeholders)** анализа относятся не только менеджеры, но и другие стороны:

- потребители;
- владельцы;
- работники организации;
- поставщики;
- кредитные учреждения;
- ассоциации;
- партнеры;
- общество;
- инвесторы.

Таблица 1

Сравнительный анализ концепций управления финансами организации

Критерии сравнения	Финансовый менеджмент	Контроллинг	Процессно-ориентированный менеджмент (АВМ)	Система сбалансированных показателей (BSC)	Стоимостно-ориентированный менеджмент (VBM)
Наличие единого целевого показателя («+/-» — выбирается менеджментом)	+/-	+/-	+/-	+/-	+
Возможности оценки прошлого	+	+	+	+	+
Возможности оценки будущего в виде единого показателя	-	-	-	-	+
Оценка внутреннего состояния	+	+	+	+	+
Использование для оценки вознаграждений и мотивации («+/-» — при наличии соответствующего инструмента)	+/-	+/-	+/-	+/-	+

Проведенный сравнительный анализ концепций показал, что их основная масса не ориентирована на конкретный финансовый показатель в качестве основного критерия развития. Все концепции, кроме VBM, ориентируются на критерий, определенный менеджментом компании. Стоимостно-ориентированный менеджмент четко ориентирован на максимизацию стоимости для собственников.

Управление стоимостью — это управление будущим компании, следовательно, неотъемлемая составляющая стратегии компании и бизнес-плана ее развития.

В настоящее время не только в западных корпорациях, но и во многих российских уже не ставится под сомнение необходимость управления стоимостью бизнеса. Концепция *Value Based Management*, одна из наиболее продуктивных современных концепций управления, рассматривает увеличение стоимости бизнеса как главную цель функционирования компании.

Рейтинги S&P давно уже формируют 500 самых успешных компаний в мире и Евро-

пе по уровню капитализации, которая считается отражением рыночной стоимости бизнеса⁴, т. е., по сути, анализ конкурентных преимуществ осуществляется посредством формирования рыночной цены акций на фондовом рынке. При этом рыночная цена и рыночная стоимость это разные показатели, но одна является отражением другой в долгосрочной перспективе. Поэтому стоимостно-ориентированный анализ — необходимый инструмент управления финансами организации.

Система показателей стоимостно-ориентированного анализа

Какие же показатели способны оценить эффективность деятельности компаний

⁴ Современные исследования также подтверждают, что одним из основных конкурентных преимуществ бизнеса является уровень капитализации компании (например, *Ишутин А. Я.* Определение факторов конкурентоспособности регионального розничного банка // Современная конкуренция. 2012. № 2 (32). С. 45–46).

в рамках концепции стоимостно-ориентированного менеджмента (*VBM*) с использованием стоимостно-ориентированного анализа (*Value Based Analysis (VBA)*)? Выделим два направления анализа: стратегический и оперативный⁵.

В рамках стратегического анализа остановимся на изложенных в литературе концепциях дифференциации и лидерства в издержках⁶, которые определяют поведение хозяйствующего субъекта в рамках позиционирования в среде конкурентов и принятия управленческих решений в области финансов.

Организации действуют и конкурируют на четырех рынках:

- 1) рынок товаров и услуг;
- 2) рынок корпоративного управления и контроля (соперничество за влияние и контроль над организациями, угрозы поглощений);
- 3) рынок капитала (конкуренция за привлечение инвестиций и интерес инвесторов, кредиты);
- 4) рынок рабочей силы (конкуренция за имидж компании и возможность привлечения эффективных менеджеров).

Управление стоимостью компании может помочь организациям выигрывать в каждом из этих четырех рынков. Неконкурентоспособность на одном или нескольких из них подвергнет серьезной опасности шансы на выживание компании.

⁵ В соответствии с уровнями конкурентного поведения, рассмотренными в статье: Рубин Ю. Б. Стратегии и тактики конкурентного поведения // Современная конкуренция. 2007. №3. С. 81, и уровнями анализа и планирования в книгах: Хан Д., Хунгенберг Х. Пик. Планирование и контроль: Стоимостно-ориентированные концепции контроллинга: пер. с нем. / под ред. Л. Г. Головача, М. Л. Лукашевича. М.: Финансы и статистика, 2009; Фольмут Х. Й. Инструменты контроллинга от А до Я: пер. с нем. / под ред. и с предисл. М. Л. Лукашевича и Е. Н. Тихоненковой. М.: Финансы и статистика, 1998.

⁶ Томпсон-мл. А. А., Стрикленд III А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа: пер. с англ. 12-е изд. М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. С. 165.

Все решения менеджмента в рамках управления стоимостью бизнеса с целью ее максимизации для собственников и всех заинтересованных сторон осуществляются под принятой общей стратегией (лидерства по издержкам или дифференциации) в зависимости от позиционирования компании в имеющейся конкурентной среде.

Известные инструменты принятия решений рассмотрены на рис. 1 и 2.

В рамках оперативного анализа следует отметить, что интересы менеджмента смещаются от бухгалтерской к экономической прибыли.

К числу показателей, оценивающих эффективность менеджмента и деятельности компании с точки зрения экономической прибыли можно отнести следующие показатели:

1. Экономическая добавленная стоимость (*EVA*):

$$EVA_t = (ROIC_t - WACC) \cdot IC_{t-1},$$

где EVA_t — экономическая добавленная стоимость, созданная всем инвестированным в компанию капиталом в момент t ;

$ROIC_t$ — рентабельность инвестированного в компанию капитала в момент t ;

$WACC$ — средневзвешенная стоимость привлечения инвестированного в компанию капитала;

IC_{t-1} — инвестированный в компанию капитал (стоимость активов компании) в момент $t-1$ (в абсолютном выражении).

2. Рыночная добавленная стоимость (*MVA*):

$$MVA = (\text{Рыночная стоимость долга} + \text{рыночная капитализация}) - \text{инвестированный капитал.}$$

3. Акционерная добавленная стоимость (*SVA*):

$$SVA = \text{стоимость собственного капитала, будущими инвестициями} - \text{балансовая стоимость акционерного капитала.}$$

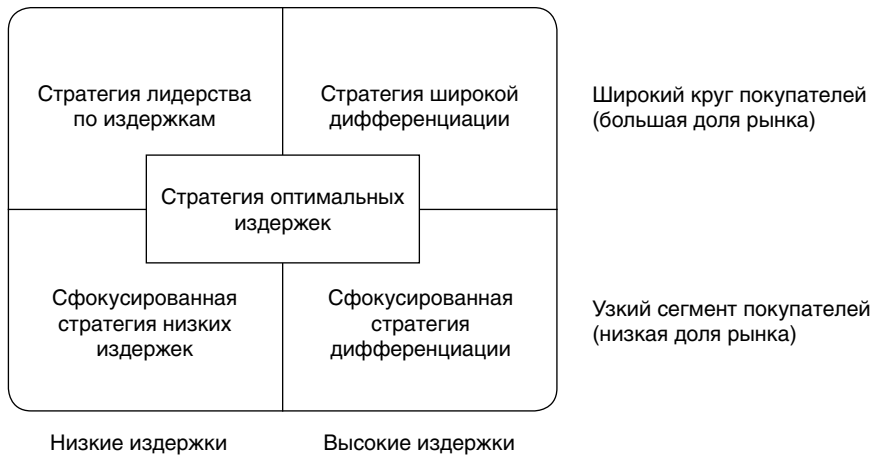


Рис. 1. Базовые стратегии конкуренции⁷

4. Ставка возврата инвестиций (CFROI):

$$CFROI = \frac{\text{Скорректированные денежные притоки в текущих ценах}}{\text{Скорректированные денежные оттоки в текущих ценах}}$$

Из анализа вышеуказанных показателей следует, что для высокоэффективного бизнеса должны выполняться следующие соотношения:

1. $ROIC \geq WACC$ ⁸.
 2. $T_{\pi} \geq T_{WACC}$.
- Из финансового анализа известно еще одно соотношение:
3. $T_{\pi} \geq T_B \geq T_{AK} \geq 100\%$,

⁷ Томпсон-мл. А. А., Стрикленд III А. Дж. Указ. соч. С. 166.

⁸ Практика оценки стоимости бизнеса в России и за рубежом показывает, что величина WACC для крупных открытых компаний не бывает ниже 9%, а для небольших неустойчивых компаний обычно не ниже 20% (Кинг Альфред М. Справедливая стоимость — дорожная карта менеджеров, аудиторов, инвесторов и оценщиков бизнеса, пер. с англ. М.: Маросейка, 2010. С. 37–38), тогда как средняя рентабельность активов российского бизнеса не превышает 7% (Глазов Р. В., Орехов С. А. Применение типовых конкурентных стратегий в современной предпринимательской практике // Современная конкуренция. 2012. №2 (32). С. 13).

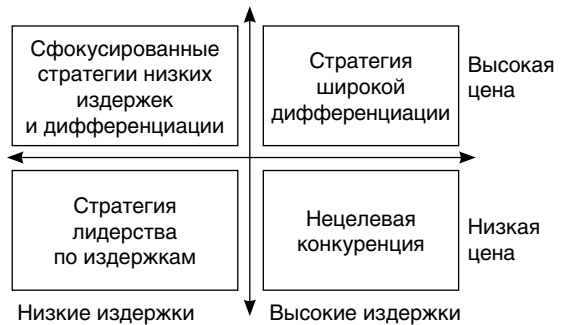


Рис. 2. Позиционирование стратегий хозяйствующего субъекта в зависимости от цены и издержек

где T_{π} — темп прироста прибыли, T_B — темп прироста выручки, T_{AK} — темп прироста активов, T_{WACC} — темп прироста средневзвешенной цены капитала.

Из указанных соотношений можно составить систему показателей, которые будут характеризовать эффективность деятельности менеджмента и компании, уровень ее конкурентоспособности (табл. 2).

Оценка конкурентоспособности бизнеса стоимостно-ориентированным анализом

Если обобщить представленные инструменты стратегического и оперативного анализа в общий инструмент анализа кон-

Таблица 2

Показатели оценки эффективности в рамках VBA для оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта

№	Показатель	Характеристика и пояснения
1	$WACC_{ф} \geq WACC_{ср}$	Сопоставляется фактическая средневзвешенная стоимость капитала бизнеса со среднеотраслевым (или лидера в отрасли) значением средневзвешенной стоимости капитала. Если фактическое значение меньше среднего по отрасли, то затраты превышают среднеотраслевой уровень, у компании высокие затраты на привлечение капитала и низкая конкурентоспособность
2	$r_{эф} \geq r_{ср}$	Сопоставляется фактическая цена собственного капитала со среднеотраслевым (или лидера в отрасли) значением цены собственного капитала. Если фактическое значение меньше среднего по отрасли, то собственник бизнеса получает большую отдачу, чем собственники аналогичных компаний. Если при этом первое неравенство выполняется, то эффективность управления ценой и структурой капитала высокая, высокий уровень конкурентоспособности. Если первое неравенство не выполняется, то собственник действует не в интересах бизнеса и необходим дополнительный анализ сложившейся ситуации
3	$\Delta ROIC \geq \Delta WACC$	Изменение рентабельности инвестированного капитала должно быть больше, чем изменение средневзвешенной стоимости капитала. Таким образом обеспечивается положительный прирост EVA. При этом в рамках анализа конкурентоспособности данное неравенство нужно рассматривать в совокупности с первым. Если выполняются оба неравенства, это свидетельствует о высокой эффективности развития бизнеса
4	$K_{\Delta EVA} = \frac{\Delta ROIC}{\Delta WACC}$	Предыдущее соотношение, только не в абсолютном, а в относительном выражении. Назовем его показателем роста EVA. Норма ≥ 1
5	$\Pi(\mathcal{E})_{EVA} = EVA_{ф} - EVA_{ср} = (ROIC_{ф} - WACC_{ф}) \cdot IC_{ф} - (ROIC_{ср} - WACC_{ср}) \cdot IC_{ср}$	Перерасход (экономия) EVA. Формируется как разница между EVA, рассчитываемому по фактическому значению средневзвешенной цены капитала, и EVA, рассчитываемому по среднеотраслевому значению средневзвешенной цены капитала. $\Pi(\mathcal{E})_{EVA} 1$ — экономия (сверхстоимость по отношению к конкурентам), $\Pi(\mathcal{E})_{EVA} 1$ — перерасход (потеря стоимости по сравнению с конкурентами)
6	$K_G = \frac{ROE}{r_e}$	Коэффициент наличия Гудвилла. Сопоставляется фактическая и ожидаемая (среднеотраслевая) рентабельность собственного капитала. В методе избыточных прибылей разница указанных показателей формирует избыточную прибыль (сверхприбыль), свидетельствующую о наличии деловой репутации (гудвилла) в бизнесе. Норма ≥ 1
7	$K_{\Delta G} = \frac{\Delta ROE}{\Delta r_e}$	Коэффициент роста Гудвилла. Коэффициент, показывающий соотношения изменения рентабельности собственного капитала и ставки дисконтирования на собственный капитал. Норма ≥ 1
8	$K_{FCFF} = \frac{T_{FCFF}}{T_{WACC}}$	Коэффициент денежной эффективности цены инвестированного капитала. Показывает соотношение темпа прироста денежного потока на инвестированный капитал и темпа прироста средневзвешенной цены капитала. Если прирост денежного потока выше темпа прироста цены капитала, то отдача растет быстрее, чем затраты на капитал (норма ≥ 1). Для анализа конкурентоспособности бизнеса величину показателя нужно сравнить со среднеотраслевым или лидера отрасли. По аналогии можно рассчитать соотношение темпа прироста денежного потока и темпа прироста затрат на капитал в абсолютном выражении или соотношение величины денежного потока за период и затрат на капитал в абсолютном выражении за период. Последний показатель отразит степень финансовой независимости (финансовой устойчивости) на основе анализа денежных потоков компании

Окончание табл. 2

№	Показатель	Характеристика и пояснения
9	$R_{FCFF} = \frac{FCFF}{IC}$	<i>Денежная рентабельность инвестированного капитала.</i> Показывает отдачу инвестированного капитала, но в качестве результативного показателя рассматривается не прибыль, а денежный поток на инвестированный капитал. Для анализа конкурентоспособности бизнеса величину показателя нужно сравнить со среднеотраслевым значением или значением лидера отрасли
10	$K_{IC} = \frac{T_{IC}}{T_{WACC}}$	<i>Коэффициент эффективности инвестированного капитала.</i> Показывает соотношение темпа прироста инвестированного капитала и темпа прироста средневзвешенной цены капитала. Если прирост капитала выше темпа прироста его цены, то капитал растет быстрее, чем затраты на него (норма ≥ 1)
11	$K_{FCFE} = \frac{T_{FCFE}}{T_{r_e}}$	<i>Коэффициент денежной эффективности цены собственного капитала.</i> Показывает соотношение темпа прироста денежного потока на собственный капитал и темпа прироста цены собственного капитала. Если прирост денежного потока выше темпа прироста цены капитала, то отдача растет быстрее, чем затраты на капитал (норма ≥ 1). Для анализа конкурентоспособности бизнеса величину показателя нужно сравнить со среднеотраслевым или лидера отрасли. По аналогии можно рассчитать соотношение темпа прироста денежного потока и темпа прироста затрат на капитал в абсолютном выражении, или соотношение величины денежного потока за период и затрат на капитал в абсолютном выражении за период. Норма для этих показателей та же
12	$R_{FCFE} = \frac{FCFE}{E}$	<i>Денежная рентабельность собственного капитала.</i> Показывает отдачу собственного капитала, но в качестве результативного показателя рассматривается не прибыль, а денежный поток на собственный капитал. Для анализа конкурентоспособности бизнеса величину показателя нужно сравнить со среднеотраслевым или лидера отрасли
13	$K_E = \frac{T_E}{T_{r_e}}$	<i>Коэффициент эффективности собственного капитала.</i> Показывает соотношение темпа прироста собственного капитала и темпа прироста затрат (среднеотраслевых или фактических) на собственный капитал. Если прирост капитала выше темпа прироста затрат на собственный капитал, то дивидендный выход снизился (это может свидетельствовать о росте реинвестиций в бизнес, необходим дополнительный анализ деятельности организации), если прирост капитала ниже темпа прироста затрат на собственный капитал, то дивидендный выход увеличился. Для анализа конкурентоспособности бизнеса величину показателя нужно сравнить со среднеотраслевым или лидера отрасли

курентоспособности бизнеса в целом, его можно представить в виде таблицы или диаграммы (табл. 3, рис. 3). При этом предлагаемая классификация критериев коррелирует с перечнем рынков, на которых функционирует бизнес. Перечень и детализация критериев могут быть дополнены. Оценку критериев для данного примера проведем по 10-балльной шкале. Отметим, что шкала может быть и другой.

Такое визуальное представление результатов анализа дает возможность быстро оценить проблемы в работе анализируемой организации по сравнению с конкурентами. В данном случае на диаграмме явно виден лидер в отрасли (конкурент 2), который практически по всем критериям (кроме пятого) имеет преимущества перед конкурентами. У анализируемой организации явно наблюдаются более высокие показатели

Таблица 3

Пример анализа конкурентоспособности для бизнеса в целом

№	Критерий	Оцениваемая компания	Конкуренты		
			1	2	3
1	Финансовое состояние предприятия (критерий 1)				
1.1	Реализация стратегии (степень достижения конечного результата)	6	7	8	3
1.2	Инвестиции (прирост капитала)	4	5	7	6
1.3	Оборот, выручка	7	4	8	5
1.4	Цена капитала	5	5	8	6
1.5	Денежная рентабельность	6	5	9	4
Среднее		5,6	5,2	8	4,8
2	Рыночная позиция (критерий 2)				
2.1	Рыночная доля	5	5	9	3
2.2	Рост доли	6	5	5	4
2.3	Товарная и территориальная диверсификация	7	4	8	5
2.4	Клиенты (количество и диверсификация)	5	3	7	6
Среднее		5,8	4,3	7,3	4,5
3	Производство (критерий 3)				
3.1	Мощности (максимальный объем производства)	4	5	8	4
3.2	Инновации и НИОКР	7	3	8	2
3.3	Качество	7	4	7	3
3.4	Производительность	5	5	7	3
3.5	Гибкость (способность быстро переориентироваться)	4	4	6	5
3.6	Материалы (качество, цены, поставщики)	6	4	7	2
Среднее		5,5	4,2	7,2	3,2
4	Персонал (критерий 4)				
4.1	Квалификация менеджмента	7	5	7	4
4.2	Квалификация персонала	8	5	9	4
4.3	Деловые связи	5	3	8	2
Среднее		6,7	4,3	8	3,3
5	Корпоративное управление (критерий 5)				
5.1	Структура собственников (оценка рискованности)	10	5	8	10
5.2	Контроль и мониторинг деятельности менеджмента	10	6	8	10
5.3	Права миноритарных собственников	10	3	5	10
5.4	Раскрытие информации и прозрачность	10	0	7	10
Среднее		10	3,5	7	10

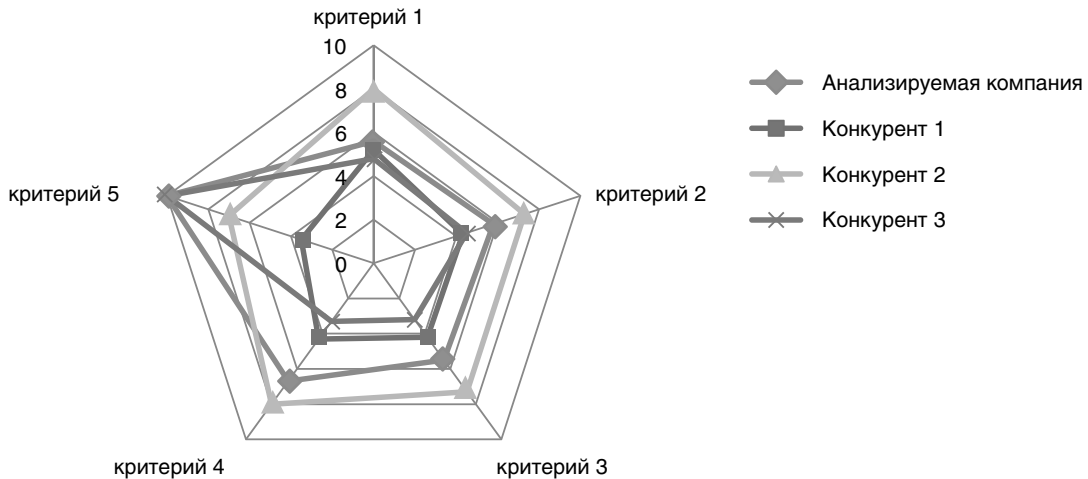


Рис. 3. Сравнительный анализ конкурентных преимуществ организации

по сравнению с конкурентами 1 и 3, но при этом показатели лидера для предприятия пока не достижимы.

Заключение

Формирование стоимости бизнеса охватывает все стороны деятельности бизнеса: внешние и внутренние риски через призму анализа внешней среды (тенденций в макроэкономике, положения в отрасли) и самого бизнеса (через призму анализа финансового состояния, наличия деловой репутации, оценки качества работы менеджмента, технологических рисков и уровня корпоративного управления). Все эти элементы анализа присутствуют в анализе конкуренции в рамках стратегических и оперативных инструментов анализа, что и связывает стоимостно-ориентированный анализ (VBA) с анализом конкуренции.

В статье делается вывод о стоимостно-ориентированном менеджменте как об оптимальном подходе к принятию управленческих решений в условиях конкуренции, разработана система показателей стоимостно-ориентированного анализа для анализа конкурентных преимуществ в рамках

стоимостно-ориентированного менеджмента, приведен пример анализа конкурентных преимуществ, позволяющий оценить сильные и слабые стороны, место анализируемой компании среди аналогов для эффективного принятия управленческих решений.

Список литературы

1. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов: пер. с англ. М.: Олимп-Бизнес, 2012.
2. Бугорский В. Н., Ястребов А. И. Моделирование оценки стоимости виртуальных предприятий // Прикладная информатика. 2008. № 1 (13).
3. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и техника оценки любых активов: пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Брукс, 2011.
4. Гольфанд И. Я., Крапухина Н. В. Разработка СППР на основе управления стоимостью предприятия в условиях неопределенности // Прикладная информатика. 2009. № 5 (23).
5. Ивлиева Н. Н., Шишляев Д. В. Стратегии управления нематериальными активами с целью повышения конкурентоспособности компании // Современная конкуренция. 2007. № 2 (2).
6. Каплан Р. С., Нортон Д. П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию: пер. с англ. М.: Олимп-Бизнес, 2010.

7. *Кинг Альфред М.* Справедливая стоимость — дорожная карта менеджеров, аудиторов, инвесторов и оценщиков бизнеса: пер. с англ. М.: Маросейка, 2010.
8. *Косорукова И. В.* Влияние управления стоимостью бизнеса на его конкурентоспособность // Современная конкуренция. 2007. №2 (2).
9. *Косорукова И. В.* Оценка стоимости: от теории к практике // Современная конкуренция. 2009. №1 (13).
10. *Косорукова И. В., Секачев С. А., Шуклина М. А.* Оценка стоимости ценных бумаг и бизнеса / М.: Московская финансово-промышленная академия, 2011.
11. *Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Д.* Стоимость компании: оценка и управление. М: Олимп-бизнес, 2008.
12. *Мирзоян Н. В.* Управление стоимостью недвижимости // Современная конкуренция. 2007. №2 (2).
13. *Рубин Ю. Б.* Стратегии и тактики конкурентного поведения // Современная конкуренция. 2007. №3 (3).
14. *Скотт М. К.* Факторы стоимости. М: Олимп-бизнес, 2000.
15. *Томпсон-мл. А. А., Стрикленд III А. Дж.* Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание: пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2006.
16. *Хан Д., Хунгенберг Х.* ПИК. Планирование и контроль: Стоимостно-ориентированные концепции контроллинга: пер. с нем. / под ред. Л. Г. Головача, М. Л. Лукашевича. М.: Финансы и статистика, 2009.
17. *Харитонов С. В., Черепанов В. Ю.* Применение MS Excel для решения задачи стоимостной оценки с использованием метода корреляционно-регрессионной зависимости // Прикладная информатика. 2011. №6 (36).
18. *Фольмут Х. Й.* Инструменты контроллинга от А до Я: пер. с нем. / под ред. и с предисл. М. Л. Лукашевича и Е. Н. Тихоненковой. М.: Финансы и статистика, 1998.
19. *Черепанов В. Ю.* Управление торговыми марками (брендами) на основе стоимостного подхода // Современная конкуренция. 2007. №2 (2).

I. Kosorukova, PhD (Economics), Professor, director of the chair of valuation activity, fund market, and taxation in the MFPU «Synergy», Moscow, IKosorukova@mfa.ru

VALUE BASED APPROACH TO THE ANALYSIS OF THE COMPETITIVENESS OF THE BUSINESS

The problem of the analysis of the competitiveness of the business relevant in any market economies and at any stage of their development. But in a changing environment activities of the business are changing values, respectively, changed and improved analysis tools. The article describes the possibilities of the use of value based analysis for the purposes of the analysis of the competitiveness of the business. Is considered tools at the strategic and operational level, as well as the practice of application of such tools.

Keywords: value, value based analysis, competition.