



Original Article: APPROCCI PER ATTUAZIONE DEL CONCETTO DI VALORE AZIENDA

Citation

Romanenko O.A. Approcci per attuazione del concetto di valore azienda. *Italian Science Review*. 2015; 10(31). PP. 116-119.

Available at URL: <http://www.ias-journal.org/archive/2015/october/Romanenko.pdf>

Author

Olga A. Romanenko, Saratov Socio-Economic Institute, Russia.

Submitted: October 01, 2015; Accepted: October 15, 2015; Published: October 31, 2015

In Russia, la domanda di tecnologie moderne di gestione strategica. L'obiettivo strategico principale della gestione finanziaria è quello di aumentare il valore della società. Ricerca e la pratica degli ultimi anni scientifiche hanno permesso di trasformare il concetto in un valore effettivo di pratico strumento di gestione che viene utilizzato da molti imprenditori. L'approccio valore alla gestione della società ha ritenuto l'attuale tesi finanziario negli ultimi anni. Il punto principale è per giustificare la posizione che il più efficace funzionamento della società è raggiunto attraverso un'attenta gestione della sua crescita sulla base del metodo di costo. Approccio alla gestione dei costi significa che il principale obiettivo strategico di gestione è la crescita della società, sia in termini quantitativi che qualitativi, che si ottiene migliorandone la competitività, rafforzare la stabilità finanziaria e rafforzare l'attrattiva. Valutare l'efficacia della gestione diventa valore della società e la sua crescita. Gestione volto ad aumentare il valore della società, è stato chiamato Value Based Management (VBM).

VBM - un concetto di gestione, mira a migliorare la qualità delle decisioni strategiche e operative a tutti i livelli dell'organizzazione, concentrandosi tutti i decisori sui determinanti chiave del valore.

Tra le molte funzioni obiettivo alternativi sotto il concetto di VBM è scelto per massimizzare il valore della società. Il valore della società è determinata dai flussi di cassa futuri, e il nuovo valore viene creato solo quando le aziende ottengono un ritorno sul capitale investito superiore al costo del capitale [2, p. 69-72].

La base del concetto di design basato su alcuni principi fondamentali della teoria della finanza e della gestione finanziaria. Prima di tutto, la posizione di tale creazione di valore dipende dai concetti della valutazione flussi di cassa. In secondo luogo, l'idea di base è che le azioni della società sono di grande interesse per gli investitori. Così, nel determinare i metodi ottimali di fare business, il gestore deve prendere in considerazione il punto di vista della società partecipante.

L'aspetto pratico del business si sviluppa in due direzioni. Quando capital budgeting utilizza le stime dei flussi di cassa futuri. Tuttavia, la maggior parte delle aziende nel valutare l'efficacia degli attuali sforzi per continuare a utilizzare il bilancio annuale indicatori quali fatturato e crescita dei profitti. L'esistenza di un conflitto tra questi due sistemi di misurazione delle performance e la creazione di valore per gli azionisti è da tempo riconosciuta, ma l'uso di tecniche di valutazione in relazione alle

future prospettive strategiche a causa di alcuni problemi significativi. L'essenza del VBM è quello di risolvere tali problemi.

Il concetto di gestione in base al costo, ci sono tre modelli di punta (a volte indicato come metodi). Essi sono associati a specifiche società di consulenza che offrono loro.

1. Il modello di free cash flow, in una forma o nell'altra offerti da società come McKinsey & Co e LEK / Alcar.

2. Il modello di valore economico / Valore di mercato aggiunto (MVE / VMA), utilizzato da Stern Stewart & Co.

3. Modello ritorno Monetario Sugli Investimenti (MRMSI), utilizzato da Boston Consulting Group e HOLT Value Associates.

Nonostante il fatto che essi sono spesso presentati come un nuovo sviluppo, tutti e tre i metodi sono basati sulla teoria di base sottostante l'utilizzo del metodo tradizionale cash flow attualizzati utilizzato per valutare nuove opportunità di investimento. Questo non significa che il concetto di VBM non porta nulla di nuovo e prezioso. Esso consente di valutare il successo o il fallimento dell'attività corrente, che fornisce il metodo di gestione aziendale per valutare l'efficacia dell'utilizzo del patrimonio esistente, applicando gli stessi standard per la valutazione delle nuove acquisizioni. E questa differenza è molto importante perché il 40% del patrimonio della società non sono soggetti a ispezione da parte del discounted cash flow prima dell'acquisizione [1, p. 3]. Pertanto, i responsabili di tali attività non saranno mai essere ritenuti responsabili per la creazione di valore. Inoltre, strutture edilizie VBM, che collega l'efficacia e il livello di retribuzione, che è di primaria importanza per stimolare l'attività dei dirigenti nell'interesse degli azionisti.

Attuazione di VBM-concept - un processo difficile e lungo, è di pochi anni. Ogni azienda fa le sue cambiamenti di programma, soddisfa i suoi bisogni.

A nostro avviso, l'attuazione di VBM-concepimento deve avvenire almeno quattro fasi (Fig. 1).

La prima fase - un'analisi diagnostica, che fornisce la valutazione della società e il coordinamento della valutazione. Calcolare gli indicatori finanziari (free cash flow, benefici economici e così via.) Per ogni unità di business per determinare quella che crea e distrugge ogni costo. Se l'unità aziendale prevede un aumento del valore della società, determinare il contributo del costo dei costi complessivi della società e il potenziale per un'ulteriore crescita. Se l'unità di business distrugge il valore della società, si può decidere sia sullo sviluppo di misure per aumentare la redditività del gruppo, o di ristrutturare o da vendere.

La seconda fase - ricerca posizione organizzazione gestione della società nel settore per determinare gli utili agli azionisti rispetto agli altri investitori, e analizza anche le dinamiche del prezzo delle azioni, per capire come il mercato percepisce il futuro della società. Stabilire uno scambio più efficiente di informazioni con gli investitori di valutare adeguatamente mercato della società, seguendo il punto di vista degli analisti, sempre organizzare un incontro con loro, la società può rivedere la installazione di destinazione, alla luce di "quello che abbiamo ora" e "quello che potrebbe essere."

Allo stesso tempo, la gestione è informato circa la qualità e il livello di efficacia dei processi struttura e gestione organizzativa attualmente esistenti, definisce competenze chiave. Per ottenere queste informazioni, le aziende spesso ricorrere a indagini anonime dei dipendenti ai vari livelli, per chiarire la loro visione dello stato della società nel contesto dei migliori esempi di creazione di valore.

La terza fase - individuare key value driver (finanziari e operativi, qualitativi e quantitativi). Tra li distinguono quelli che influenzano maggiormente il costo (di crescita delle vendite, i margini di profitto e Return on Equity): questo consentirà di dare

priorità fattori e determinare dove è necessario prima di tutto diretto / riorientare le risorse. In alcuni casi, sulla base di un'analisi dei fattori di costo può essere presa la decisione amministrativa di non espandere il business o il calo dei profitti a favore dei costi di marketing, ricerca, sviluppo, ecc

Fattori di costo indicati come indicatori obiettivi e i dettagli necessari è portato a tutti i livelli, compreso il più basso. Come regola generale, ogni business unit dovrebbe avere il proprio insieme di fattori (tipicamente 5-20 performance). Essi dovrebbero riflettere come raggiungere il livello di efficienza e prospettive di crescita. In questa fase, integrata VBM nel processo di pianificazione e di collegare il sistema di incentivi per la creazione di valore in un modo che premia i manager sarebbero determinate dal raggiungimento di obiettivi specifici dei fattori di costo attuali. Parallelamente, il lavoro viene effettuato sulla formazione del personale, la cui efficacia dipende dalla posizione di gestione aziendale nel settore dell'innovazione. Un potente impulso alla percezione di conoscenze dei altri dipendenti - sostenere ed incoraggiare la leadership del nuovo concetto.

La quarta fase - il monitoraggio degli indicatori e degli indicatori delle divisioni amministrative della società di reporting forme su base regolare bersaglio, rendendosi conto che la gestione ha ricevuto risposte a molte domande: se la società ha raggiunto livelli previsti nel corso del periodo; se il valore effettivo è superiore / inferiore al previsto, quali sono le cause delle deviazioni. Utilizzando queste informazioni, gestione consente di regolare e prendere decisioni di gestione sulla base di errori identificati.

In generale, la gestione orientata al valore permette di collegare obiettivi e risultati finanziari della società, per pianificare e valutare l'impatto sui parametri

di base, e costruire premia i dipendenti basati sulla misurazione del loro contributo alla creazione di valore.

Il concetto indica l'andamento della società, focalizzata sulla creazione di valore, piuttosto che cercare di dipingere in dettaglio il processo di creazione di valore. D. Martin e D. Petti credono che VBM "più simile a un controllo superpetroliera di missili con laser guidato" [1, p. 230].

Creare valore è il risultato della disponibilità di opportunità e la capacità di attuarle. Opportunità dovrebbero essere riconosciute e, in alcuni casi - per creare: questa è l'essenza della gestione di creazione di valore e la crescita delle imprese. I dipendenti delle aziende devono sfruttare le opportunità. Costo ideologia, che riflette l'interesse della dirigenza nella creazione di valore per gli azionisti - un fattore cruciale in questo successo.

L'evidenza empirica mostra che nessun singolo valore ricetta applicabile a tutte le società, non esiste. Nessun sistema basato sul valore, non perfetto. Poche aziende sanno come controllare il costo. E' più difficile controllare il costo delle società operanti nei mercati in rapida evoluzione, come la possibilità di crescita futura di tali aziende è più difficile da valutare che una costante attività in un ambiente più stabile. Non tutte le aziende traggono lo stesso beneficio dall'applicazione del VBM.

References:

1. Martin D., Petti V. 2006. VBM - based management cost: corporate response to the revolution of shareholders. P.3.
2. Romanenko O.A. 2014. The increase in value of the company in the context of strategic management. Sat. scientific papers on the results of the international scientific-practical conference "Economics, Finance and Management: Trends and Prospects" (7 October 2014). pp 69-72.
3. Teplova T.V. 2011. Effective CFO. p.185.

Fig. 1. Il metodo per introdurre il concetto di società di gestione dei costi

