

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЯ РОСТА СТОИМОСТИ КОМПАНИИ ДЛЯ МОТИВАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА

Кравченко Е.А., к.э.н., доцент
Кулибали Фатумата
Горбатенко О.

Одесский национальный политехнический университет

В конце двадцатого века американцами Джоэлом Стерном и Беннетом Стюартом был разработан показатель «экономической добавленной стоимости» – EVA) (Economic Value Added), позволяющий оценить рост стоимости предприятия или отдельного проекта. Оценка результатов деятельности руководства компаний на основе данного показателя, позволяет создать систему стимулов, поощряющую сотрудников мыслить и действовать таким образом, как если бы они являлись владельцами предприятия. Поэтому автор концепции EVA не остановился на разработке только показателя, он разработал концепцию под названием «Система управления на основе показателя EVA» (EVA-based management) [1; 2].

Максимизация акционерной прибыли должна выступать важнейшей целью деятельности компаний. Поэтому было предложено оценивать управление предприятием на основе измерения эффективности его деятельности и соответствующим образом выстраивать вознаграждения менеджеров, чтобы стимулировать их строить высоко доходный бизнес [1]. Значение показателя EVA предполагает, что прибыль, полученная фирмой, должна превышать плату за использование капитала («цену» собственного и заемного капитала), с помощью которого эта прибыль была получена [2]. Поэтому одним из главных заданий предприятия становится создание прибыли, что возможно при наличии высокоинтеллектуального управленческого персонала. Прибыль предприятия зависит от выбранного сегмента рынка, ценовой политики, объемов производства, структуры себестоимости производственной и непроизводственной деятельности. Управленческий персонал постоянно работает над вопросами сокращения затрат.

Для оптимизации стоимости (цены) совокупного капитала управленческий персонал должен постоянно контролировать структуру активов и пассивов. Для этого сокращают любой неработающий капитал. Неработающим капиталом называют необоротные активы, которые не используются в производственном процессе, и текущие активы, которые больше, чем нормируемая часть оборотных средств. Сокращение неработающего капитала позволяет уменьшить величину заемных средств компании. Таким образом, понижается величина и стоимость (цена) совокупного капитала, который использует предприятие для получения прибыли.

Цена совокупного капитала определяется как средневзвешенная величина цены собственного и заемного капитала. Собственный капитал оценивается по величине дивидендов на 1 денежную единицу капитала. Цена заемного капитала зависит от вида капитала. Наиболее дорогие – банковские кредиты. Наиболее дешевые – прочие обязательства. Но рост кредиторской задолженности может привести к снижению финансовой стабильности и ликвидности предприятия, что непосредственно влияет на «гудвил» компании.

«Гудвил» (goodwill), что означает хорошее имя предприятия, его деловая репутация, взаимоотношения с клиентами, уровень подготовки персонала также является важной составляющей стоимости предприятия. Гудвил – вполне осязаемая величина, которая имеет реальную стоимость в балансе предприятия. Являясь нематериальным активом, стоимость гудвила устанавливается собственниками исходя из их субъективной оценки. Учитывая, что финансовые документы открытых акционерных обществ являются публичными и открытыми для всех, контрагенты предприятия (акционеры, поставщики, потребители, финансовые и страховые учреждения, просто граждане) могут ознакомиться с ними и сделать вывод о ценности данного предприятия. Надо учитывать, что стоимость гудвила увеличивает стоимость совокупного капитала в балансе предприятия. Например, всемирно известная французская компания «VICAT» по производству цемента в структуре баланса (консолидированный отчет о финансовом состоянии), в разделе «Необоротные активы» имеет статью «гудвил» в размере 946,6 млн. евро [3]. Гудвил составляет 20,8 % величины совокупного капитала и 41,3 % величины собственного капитала. Как известно, оценочная стоимость собственного капитала

равна ожидаемой стоимости дивидендов с акций на капитал. Установив 946,6 млн. евро на стоимость доброго имени компании, акционеры теперь ожидают получать на него дивиденды! Действительно, компания «VICAT» в 2013 г. получила финансовый результат до выплаты дивидендов, налогов, обязательств и амортизации – 426,7 млн. евро (англ.: EBITDA – Earning Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization), прибыль после выплаты задолженностей и амортизации, до выплаты дивидендов и налогов (англ.: EBIT – Earning Before Interest, Taxes) составила 290,978 млн. евро, дивиденды были выплачены в размере – 4,8 млн евро, или 2,68 % на акцию. Как видим, гудвил работает на получение прибыли, компания с гордостью показывает свою прибыль, и платит по ней налог на прибыль, перечисляет небольшую сумму дивидендов акционерам, остальную прибыль использует на самофинансирование развития. Нужно сказать, что стоимость акций на фондовом рынке зависит не только от величины дивидендов, но и от гудвила, или хорошего имени компании. Над данным имиджем работает команда менеджеров, мотивированная на постоянное повышение стоимости компании.

Описанная модель мотивации является идеальной для использования в развитых странах с развитым фондовым рынком, с высокообразованным управленческим персоналом, с отсутствием теневых схем хозяйствования. Однако возможность его эффективного внедрения в странах с неразвитой экономикой, на наш взгляд, может вызывать определенные проблемы.

Если в стране не создан и не функционирует фондовый рынок, это значит, что предприятия не проходят постоянной оценки своей рыночной стоимости, им не грозит перетекание капитала от одних собственников к другим путем продажи акций, которые теряют свою стоимость. Поэтому в таких условиях демотивированными в повышении стоимости предприятия остаются, прежде всего, собственники акций, и, как следствие, менеджеры их предприятий. Более того, собственники в таких условиях могут специально мотивировать менеджеров скрывать реальную прибыль от налогообложения, выводя часть оборота в «тень», в том числе, обналичивая доходы предприятия.

Изучение эффективности деятельности украинских предприятий с 2008 до 2011 гг. позволило сделать вывод, что основная масса субъектов хозяйствования работает убыточно, что не дает возможности реинвестировать прибыль в развитие производства [4, с. 186]. Финансовые показатели оборачиваемости и фондоотдачи ухудшаются. Можно говорить про отсутствие мотивации собственников и их менеджеров в эффективной работе предприятий.

Ситуация кардинально изменится, когда предприятия станут реальным товаром и приобретут свою цену на фондовом рынке. Тогда собственники будут заинтересованы показывать реальные результаты роста стоимости компании.

Возникнет необходимость повышения мотивации управленческого персонала и стимулирования труда.

Мотивационные факторы разделяют на две группы. К базовым относятся факторы, которые наиболее часто вызывают неудовлетворенность персонала (их негативный эффект необходимо исключать): система вознаграждений, компенсаций, социальные выплаты, организация информационного и организационного пространства. К побуждающим мотивам относятся карьерный рост, личностный профессиональный рост, творческая самореализация [5, с. 378].

В соответствии с японской теорией «Хошен менеджмент», все усилия сотрудников компании должны быть однонаправленными: миссия компании, стратегия, задания, которые решает каждое подразделение и каждый сотрудник должны сходиться в одну точку, которая максимально приближена к цели компании и обеспечивает ее поступательное движение.

Предлагаем для компаний, использующих показатель роста стоимости EVA, установить оплату труда управленческого персонала по принципу: 1/2 оклада – базово, и вторая 1/2 оклада, при достижении компанией роста стоимости до запланированного уровня. При этом, по нашему мнению, не целесообразно ставить перед подразделениями промежуточные цели с целью вознаграждения сотрудников, в случае достижения. Весь управленческий персонал должен работать как команда, самоорганизовываться, объединять усилия, распределять обязанности, самонастраиваться и развиваться как механизм для достижения поставленной общей цели – заданного роста стоимости компании.

Такой подход отличается от системы премирования коллектива из прибыли по окончании финансового года, так как прибыль может быть получена разными методами и не всегда ведет к росту стоимости компании. Выплата второй половины оклада в конце финансового года по

результатам роста стоимости компании позволит на постоянной основе заинтересовать управленцев:

- работать со структурой используемого капитала, сокращая неработающий капитал, выбирая более дешевые источники финансирования деятельности;
- искать методы сокращения текущих затрат;
- формировать и поддерживать доброе имя компании;
- не увольняться с компании, по крайней мере, до конца финансового года;
- работать в команде, помогая друг другу достигать успехов;
- раскрывать внутренние профессиональные возможности персонала;
- гордиться своими достижениями и достижениями команды;
- получать удовольствие от работы, которая позволяет самореализоваться и обеспечить финансовое благополучие себе и своей семье.

Задолженность по второй половине оклада сотрудников становится не только стимулом персонала для достижения роста стоимости компании, она также формирует кредиторскую задолженность в обязательствах предприятия, которая беспроцентно работает в течение года на финансирование оборотных активов, то есть приносит предприятию дополнительную прибыль.

Література

- 1 Шнайдер Л.И. Система мотивации управленческого персонала на основе показателя EVA / Л.И. Шнайдер: [Электронное издание]. – Режим доступа: <http://1fin.ru/?id=183>
- 2 Порохня В.М. Моделювання економічної доданої вартості на підприємстві / В.М. Порохня, В.О. Лось // Вісник Запорізького національного університету. – 2008. – № 1 (3). – С. 107 – 115.
- 3 Vicat Report Annual 2013: [Электронное издание]. – Режим доступа: www.vicat.fr
- 4 Бердинець М.Д. Ефективність діяльності суб'єктів підприємництва в сучасних умовах господарювання / М.Д. Бердинець // Бізнес Інформ. – 2013. – № 4. – С. 183 – 190.
- 5 Письменна М.С. Системний підхід до мотивації управлінського персоналу / М.С. Письменна // Наковий вісник НЛТУ України. – 2014. – Вип. 24.9. – С. 375 – 383.

УДОСКОНАЛЕННЯ ФУНКЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Кравченко О.М.

Одеський національний політехнічний університет

Ресторанне господарство входить до соціально-споживацького комплексу соціальної інфраструктури господарського комплексу національної економіки України, тому є об'єктом державного регулювання. Інформаційне забезпечення є одним з механізмів прямого державного регулювання в частині підтримки підприємницької діяльності суб'єктів господарювання, в тому числі в ресторанному господарстві [1]. На даний час державне інформаційне забезпечення в ресторанному господарстві зводиться до збору і обробки статистичної інформації щодо кількості суб'єктів господарювання галузі, до яких відноситься кількість підприємств, кількість закладів, середня кількість закладів на 10 тис. жителів, кількість закладів в містах і селах, кількість закладів за величиною підприємств, за формами організаційної діяльності, товарооборот в них. Дані за цими показниками відображаються в статистичних щорічниках, бюлетенях, збірниках, що публікує статистична служба України. Проте, фінансово-економічні показники ресторанного господарства відображуються статистичними службами України у складі консолідованого виду економічної діяльності «Тимчасове розміщення й організація харчування» [2, с. 54-60]. Це ускладнює аналіз фінансових показників як в готельному бізнесі, так і в ресторанному. Єдиним показником, що відображує в статистичних щорічниках продуктивність ресторанного господарства незалежно від інших галузей залишається товарооборот, який збільшився з 2094 млн грн в 2000 р. до