

этих условиях менеджер из простого статиста может перейти в разряд управленца в подлинном смысле этого слова.

ЛИТЕРАТУРА

1. Российский бухгалтер / Проведем маркетинг персонала [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://rosbuh.ru/?page=article&item=1524>, свободный. — Загл. с экрана. (Дата обращения: 16.11.2013)
2. Маркетинг и брендинг / Цели, виды и уровни маркетинга персонала [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://printpiter.com/upravlenie-perso/tseli-vidi-i-uro.html>, свободный. — Загл. с экрана. (Дата обращения: 16.11.2013)
3. Введение в бизнес-процесс / Что такое маркетинг персонала и нужен ли он организации [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://akme.su/effuprpers/marketing_/54/60/54/blogid/264/, свободный. — Загл. с экрана. (Дата обращения: 16.11.2013)
4. Учебные пособия / Управление персоналом / Затраты на привлечение персонала [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.vselekcii.ru/mened-market/upravpersom/page,5,47-kurs-lekciy-upravlenie-personalom-aa-brass.html>, свободный. — Загл. с экрана. (Дата обращения: 16.11.2013)

КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ СТОИМОСТЬЮ КОМПАНИИ

Ю.В. Хлебенкова

(г. Томск, Томский политехнический университет)

CONCEPT FOR COST MANAGEMENT OF A COMPANY

Y.V. Khlebenkova

(c.Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

In this paper the main components of cost management of a company, which are an ideology, principles and management processes, are considered. The cycle of corporate valuation, as well as the main directions for the cost management activities are considered. We have also noted the advantages and disadvantages of said concept.

Концепция управления на основе стоимости (VBM) с четко сформулированной идеологией повышения благосостояния собственников (акционеров) компании и других заинтересованных сторон достаточно широко стала применяться в управлении практически всех развитых стран. Системный подход к управлению компанией как к многоплановому комплексному и изменяющемуся явлению, связывающему в единое целое цели, ресурсы и процессы, позволил концепции управления стоимостью решить проблемы компаний, оставленные вне рассмотрения предшествующими теориями управления. Исследованию управления стоимостью компании посвящены работы многих зарубежных авторов, которые предлагают различные способы и методы измерения, однако недостаточно полно освещен управленческий подход к созданию стоимости. Составными частями концепции управления стоимостью компании являются идеология, принципы и управленческие процессы. Идеология делает управление осознанным и задает направление движения. Принципы дают базу для обоснованного оценивания альтернатив. Отлаженность процессов определяет эффективность организации в реализации стратегии и достижении поставленных целей. Стержнем идеологии являются выбор задачи максимизации стоимости компании в

качестве генеральной корпоративной цели. Видение своей главной финансовой цели в максимизации стоимости компании и понимание того, какие параметры влияют на ее повышение, составляют их стоимостное мышление. Все другие цели: удовлетворенность потребителя, доля рынка, мировая известность - являются промежуточными, отражающими, как правило, степень влияния различных групп, претендующих на долю в результатах деятельности компании, либо трансформируются в задачу максимизации стоимости, либо служат ограничениями на пути решения этой задачи. Приверженность цели максимизации стоимости и понимание принципов, связывающих стоимость компании с ее стратегией и организационной структурой, - условия необходимые, но этого недостаточно. Важнейшей предпосылкой достижения высоких результатов является отлаженность управленческих процессов. Управленческие процессы и системы, к которым относятся планирование, выработка целевых нормативов, оценка результатов и системы материального поощрения, необходимые любой компании для ведения бизнеса, побуждают менеджеров и других работников добиваться максимизации стоимости своей организации. Эти процессы оказываются действенными лишь в том случае, когда обмен информацией внутри организации при планировании, составлении смет и бюджетов, принятии других решений строится на стоимостных принципах. Для достижения целей компании по максимизации стоимости необходима осознанная направленность усилий. Это значит, что стоимостной подход к управлению должен стать не просто лозунгом, а «повседневной нормой, мировоззрением менеджмента и стилем жизни всей организации» [1]. Центральная идея перехода к управлению по стоимости в современном понимании - это сдвиг в сознании людей, когда отношение менеджера к своим обязанностям в значительной степени приобретает черты отношения предпринимателя к своему делу. В основе перестройки мировоззрения лежит прямая зависимость вознаграждения от результатов, от персонального вклада в рост стоимости компании. Важными в стоимостной мотивации представляются ориентация на экономический результат, акцент на денежные потоки и стоимость капитала, инвестированного в активы для создания этих потоков. Это многопериодный горизонт ответственности, когда текущие и отложенные бонусные выплаты, пакет акций и опционы создают оптимальный баланс между долгосрочными целями и краткосрочными результатами. И одновременно это своя мера свободы принятия решений на каждом уровне управленческой иерархии, адекватно учитывающая риски и достижимые выгоды - как персональные, так и для компании в целом.

Характеризуя концепцию управления стоимостью компании, нельзя не отметить и имеющиеся недостатки:

- Стоимость бизнеса крайне трудно оценить объективно, поскольку используются прогнозируемые денежные потоки, дисконтируемые по рассчитываемой ставке дисконтирования.
- Стоимость компании отражает рыночная цена акций, а точность подобной оценки стоимости сомнительна в условиях несовершенного и неэффективного финансового рынка.
- Если работа менеджмента оценивается по стоимости компании, возникает спекуляция данными в интересах высшего руководства.
- Собственники не всегда заинтересованы в повышении стоимости принадлежащего им бизнеса.
- В своем желании увеличить прибыль компании стремятся к монопольной власти над рынком, снижению налоговых платежей, что противоречит общественным интересам.

Тем не менее, нельзя не признать, что стоимость компании является наиболее объективным из всех критериев оценки эффективности решений по управлению бизнесом, особенно стратегических, а также наиболее полно учитывающим интересы заинтересованных сторон [3]. Независимо от типа организации компании внедрение принципов и инструментов управления стоимостью обеспечивает компании серьезные преимущества, а именно:

- Более тщательный стратегический анализ и выбор рыночной стратегии всей структуры и отдельных подразделений;
- Возможность планирования собственной инвестиционной привлекательности;
- Гибкость и системность инвестиционных решений;
- Постоянный контроль за ролью компании на рынке капитала и ее рыночной мощностью с точки зрения участников данного рынка;
- Особая устойчивость компании в операциях слияний и поглощений.

Вышеизложенное позволяет заключить, что концепция управления стоимостью компании является наиболее совершенной формой управления компанией, позволяющей сбалансировать интересы всех сторон. Наличие различных методов измерения стоимости и соответственно получение различного результата, от которого зависит принятие стратегических и оперативных решений на всех уровнях, предопределяет проблему выбора метода управления и определения наиболее предпочтительных показателей стоимости компании, соответствующих современным требованиям управления.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мертенс А. Стоимость компаний в теории и на практике // Финансовый директор. 2009. №5. С. 36-38.
2. Виссема Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство / пер. с англ. М.: Финпресс, 2006. 365 с.
3. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры. М.: Финансы и статистика, 2002. 560 с.
4. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. 258 с.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ HR- МЕНЕДЖЕРА

*С.А. Абакишина, Л.И.Иванкина
(г. Томск, Томский политехнический университет)*

INFORMATION TECHNOLOGYIES IN HR- MANAGER

*S.A. Abashkina, L.I. Ivankina
(с. Tomsk, Tomsk Polytechnic University)*

In today's world, the role of information technology is constantly growing and affects almost every aspect of life. Relevant is the role of information technology in the activities of HR-managers, which manifests itself in two main directions: Internet technologies and specialized software. The work is based on literature data.

Одним из основных ресурсов постиндустриального общества являются знания и информация. В основе концепции информационного общества наиболее ценным ресурсом считается информация. Во главе угла ставится человек с его знаниями, умениями и навыками. В этой системе координат первичными являются умение и осознанная потребность получать достоверную, объективную и всеобъемлющую информацию,