

В настоящее время стоимость предприятия является важной категорией для определения эффективности использования активов предприятия. Наличие информации о стоимости бизнеса и ее динамике, как у акционеров, так и у потенциальных инвесторов стимулирует менеджмент к более эффективным решениям по использованию активов, что содействует росту рентабельности продукции и конкурентоспособности предприятия.

Для оценки эффективности реструктуризации широко используются традиционные показатели отдачи ресурсов или факторов производства [1, с. 104]. Оценить эффективность мероприятий по реструктуризации можно с использованием множества частных финансово-экономических показателей, таких, как рост доходности, прибыли на акцию, повышение оборачиваемости активов, увеличение объемов производства и сбыта продукции и т. д. При этом ни в одном из перечисленных случаев мы не получим достоверной информации об эффективности проведенной реструктуризации [2].

В работе Т. Коупленда, Т. Коллера и Д. Муррина «Стоимость компании» [3] критерию стоимости отводится важное значение и приводится оценка эффективности реструктуризации на основании анализа стоимости предприятия на примере фирмы EG. Отправной точкой анализа стало доскональное изучение текущей рыночной стоимости предприятия. Затем была произведена оценка стоимости компании «как она есть» (т. е. в нынешнем состоянии), далее – потенциальной стоимости вследствие внутренних улучшений; внешней «продажной» стоимости предприятия, перспективы роста и возможности наращивания стоимости посредством финансового конструирования. Все эти оценки затем соотнесли со стоимостью компании на фондовом рынке, чтобы оценить потенциальную выгоду для акционеров от реструктуризации [3, с. 30]. Таким образом, изменение стоимости предприятия в желаемом направлении можно представить как наиболее целесообразный метод оценки эффективности планируемых реструктуризационных процессов.

Без анализа эффективности реструктуризации невозможно своевременно отреагировать на отклонения от заданных параметров в поставленных целях, что может привести к бесполезности реструктуризации и еще больше усугубить положение предприятия на рынке, или даже привести к банкротству. Также показатели эффективности помогают своевременно отреагировать на изменение внутренней или внешней среды и скорректировать цели реструктуризации. Таким образом, изменение рыночной стоимости предприятия позволяет не только оценивать целесообразность реструктуризации, но и служит в качестве индикатора правильности реструктуризационных изменений, отвечающего интересам всех заинтересованных сторон – как собственников, работников, государственных органов, так и потенциальных инвесторов.

Литература

1. Лобан, Л. А. Реструктуризация предприятия: учебно-методический комплекс / Л. А. Добан. – Минск: ГИУСТ БГУ, 2007. – 183 с.
2. Мерзликина, Г.С. Теоретические вопросы реструктуризации / Г.С. Мерзликина, Е.А. Семикин [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: <http://www.smartcat.ru/Management/Investment5.shtml> – Дата доступа: 09.11.2010.
3. Коупленд, Т. Стоимость компаний: оценка и управление /Т.Коупленд, Т.Коллер, Дж.Муррин. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. – 576 с.

©ПГУ

МЕНЕДЖМЕНТ ЗНАНИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

П. И. ЛЕШЕНКО, А. Г. САМОЙЛОВА

Introduction of the concept of knowledge management is natural process the organization development and its gradual formation on new level. But before become on a way of the given transformations the organization should to become trained, and then and intellectual. Such changes are expedient for spending gradually by creation and development of certain organizational culture at the enterprise

Ключевые слова: знания, менеджмент знаний, концепция управления знаниями, система управления предприятием

В условиях ускорения технологического прогресса интеллектуальные способности сотрудников, создающих конкурентные преимущества, находят отражение в величине потребительской стоимости. В результате капитал начинает функционировать не в вещественно-денежной, а в вещественно-денежно-интеллектуальной форме, то есть в стоимость конечного продукта наряду с материальными составляющими включаются технологические и организационные знания, предпринимательский талант, способность предвидения технологических и социально-экономических изменений у руководителей, ведущих специалистов и др.

В новых экономических условиях на уровне предприятия наблюдается тенденция увеличения влияния знаний на конкурентоспособность. При этом знания организации рассматриваются как совокупность организационных и индивидуальных знаний. Явное (формализованное) знание легко обра-

бывается компьютером, передается электронными средствами и сохраняется в базе данных. Передать неформализованное знание в силу субъективной и интуитивной природы значительно сложнее.

Для решения этой задачи и развивается активно новое направление менеджмента – управление знаниями, которое трактует организацию как процесс взаимодействия индивидов между собой и с окружающей средой. Данному взаимодействию в свою очередь помогают определенные информационные средства, которые представляют собой технологическую составляющую управления знаниями. Но никакие технические инновации не могут достичь конкурентоспособности, если нет персонала, способного эффективно использовать эти новшества, если нет креативной среды, порождающей уникальное знание, необходимое для функционирования организации, позволяющей обеспечить развитие сотрудников и бизнеса в самом широком смысле этого слова. В этом – основная суть управления знаниями.

Внедрение концепции управления знаниями является закономерным процессом в развитии организации и ее постепенным становлением на новый уровень. Но, прежде чем стать на путь данных преобразований, организация должна стать обучающейся, а затем и интеллектуальной. Такие изменения целесообразно проводить постепенно путем создания и развития определенной организационной культуры на предприятии, разделяемой всеми сотрудниками и стимулирующей их к непрерывному процессу обучения, что является основой для будущих преобразований в организации.

Следует отметить, что хотя уровень разработанности и изученности концепции управления знаниями в отечественной экономической школе и ее применения на практике не высок, однако данная концепция имеет высокие шансы завоевать свою устойчивую позицию в отечественной науке и расположении у большинства белорусских руководителей предприятий и их сотрудников. Об этом свидетельствует тот факт, что в нашей стране имеется значительное количество квалифицированных и креативных специалистов, способных быстро реагировать на существующие мировые тенденции и воплощать новейшие достижения науки на практике, а также сеть образовательных и исследовательских институтов, обеспечивающих высокий уровень развития информационных технологий, которые служат эффективной реализации менеджмента знаний на предприятии.

©ГрГУ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ГУКПП «ГРОДНОВОДОКАНАЛ»

Ю. С. ЛОКОТЧЕНКО, В. В. РАБЦЕВИЧ

In this article the model to improve the strategic management of water utility company based on using tools of benchmarking is considered

Ключевые слова: стратегическое управление, повышение эффективности, бенчмаркинг

Действия организаций отрасли водопроводно-канализационного хозяйства (ВКХ) и их руководителей не могут сводиться к простому реагированию на происходящие перемены. Все шире признается необходимость стратегического управления – сознательного управления изменениями на основе научно обоснованной процедуры их предвидения, регулирования, приспособления к целям организации, к изменяющимся внешним условиям.

Исходя из вышеизложенного, повышение эффективности стратегического управления предприятиями ВКХ в условиях динамичной среды, заставляющей тщательно планировать перспективу на долгие годы и формировать научно обоснованные стратегии развития, является актуальной проблемой.

Автором предлагается использовать для повышения уровня стратегического управления новый широко известный за рубежом, но мало используемый на отечественных предприятиях, метод бенчмаркинга.

ВКХ, во-первых, является социально значимой отраслью, а во-вторых, процесс предоставления услуг имеет естественно-монопольный характер. Поэтому бенчмаркинг может стать для предприятия инструментом как контролирующим, так и стимулирующим повышение качества услуг.

Эффективность методики бенчмаркинга выражается в том, что ее модель и критерии предлагают по существу готовую стратегию развития предприятия. На предприятии создается эффективная система управления на принципах постоянного совершенствования, систематизируются все действия по улучшению качества. В основу изменений организации закладывается самосовершенствование, при этом динамика улучшений на предприятии измеряется путем самооценки. Результаты оценки предприятия по критериям бенчмаркинга сравниваются с эталонными показателями, а также с результатами аналогичных предприятий, поэтому постоянно ведется поиск лучших бизнес-решений, и он является катализатором вовлечения предприятия в процесс бенчмаркинга.

Бенчмаркинг на ГУКПП «Гродноводоканал» представлен в *таблице*.