

Регион: экономика и социология, 2011, № 4, с. 230–241

**ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ
ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА
ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ПРИРОСТА
ЕГО РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ**

В.В. Титов

ИЭОПП СО РАН

Аннотация

Показано, как инновационный потенциал предприятия может обеспечить формирование перспективного стратегического плана его развития, эффективное осуществление стратегий, системное внутрифирменное согласование стратегических показателей. Прирост рыночной стоимости предприятия, отраженный величиной чистого дисконтированного дохода за планируемый период, позволяет эффективно реализовать его инновационный потенциал, повысить конкурентоспособность.

Ключевые слова: инновационный потенциал предприятия, эффективность реализации инновационного потенциала, внутрифирменное согласование показателей, рыночная стоимость предприятия, конкурентоспособность

Abstract

The paper shows how the assessment of the innovation potential at an enterprise could contribute to making its perspective strategic plan, effective realization of the strategies, and systematic intercompany coordination of its strategic indicators. An increase of the market enterprise value, which reflects its net present value received over a planned period, can be regarded as a criterion of how effectively the innovation potential was realized to increase the competitiveness of the enterprise.

Keywords: innovation potential of the firm, efficiency of realization of innovation potential, intercompany coordination of indicators, firm's market value, competitiveness

От степени активизации инновационного процесса на промышленных предприятиях во многом зависит развитие экономики России. Однако, как показано в работах [1, 2], значительной активизации инновационного процесса, несмотря на все усилия государства, не происходит. Тому много различных причин: неразвитость инфраструктуры, рыночной конкуренции, институциональных условий и т.д. Кроме этого, на многих предприятиях отсутствует должный уровень стратегического управления, которое должно обеспечивать достижение конкурентных преимуществ на рынке.

Основой достижения конкурентных преимуществ предприятия на рынке является коммерциализация нововведений, которые определяют суть инновационного процесса. Инновация представляет собой внедрение новых идей в рамках организации [3]. Выделяют инновации производственные (технологические), продуктовые, маркетинговые, организационно-управленческие, финансовые. Следовательно, фундаментом инновационной деятельности предприятия (фирмы, корпорации) являются коммерциализация новых видов продукции или методов ее производства [1], наличие определенных механизмов экономического воздействия и условий, выполнение которых позволяет предприятию наиболее успешно развиваться на основе реализации стратегии инновационного предпринимательства [1, 4].

При этом под методами производства понимаются не только технологии. Действительно, технологические изменения являются основой инноваций, связанных с выпуском новой продукции, разработкой новых технологий. Однако рыночное признание инновации зависит далеко не только от технических особенностей разработки. Большинство успешных компаний помимо технологических новинок создают и новые модели организации бизнес-процессов. Современное видение инновации предполагает интеграцию управления бизнес-моделями и технологиями внутри компании. Успешные инновации зависят от интеграции различных видов деятельности, относящихся к биз-

нес-моделям и технологическому менеджменту. Таким образом, создание, поддержание и рост конкурентоспособности предприятий являются непрерывным процессом изменений, основанным на инновациях, которые включают не только технологические (продуктовые и процессные), но также организационно-управленческие и маркетинговые нововведения [1].

Основная цель экономической стратегии предприятия формулируется как создание и поддержание его устойчивого конкурентного преимущества в рыночных условиях [1, 3–5] за счет реализации нововведений. Эта формулировка представлена как в российской, так и в зарубежной литературе. Понятие «достижение конкурентных преимуществ» количественно не может быть выражено. Однако реализацию нововведений невозможно осуществить без финансирования из чистой прибыли предприятия, рост которой, в свою очередь, как раз и определяется внедрением нововведений. Здесь можно говорить об использовании долгосрочных кредитов, но они погашаются из той же чистой прибыли. Следовательно, в цикле «прибыль – разработка и реализация нововведений – достижение конкурентных преимуществ – рост прибыли» достижению конкурентных преимуществ предприятия (рис. 1) количественно достаточно обоснованно можно поставить в соответствие величину чистой прибыли.

Таким образом, величина чистой прибыли служит количественной оценкой степени достижения конкурентных преимуществ предприятия на рынке и вполне может выступать в качестве одной из главных целей его деятельности, но в краткосрочном периоде. Прямого соответствия интенсивности потока прибыли достижению конкурентных преимуществ нет. Многое зависит от внутрифирменного механизма создания нововведений, экономического стимулирования этого процесса, управления персоналом, эффективности управления предприятием в целом. Важны также стратегии маркетинга, выбора отрасли, выгодного сегмента рынка.

В неоклассической экономической теории предприятие (фирма) рассматривается как субъект экономики, стремящийся максимизировать свою прибыль. Финансовая деятельность фирмы также определяется этой целью. Однако финансовая теория, которая принимает во

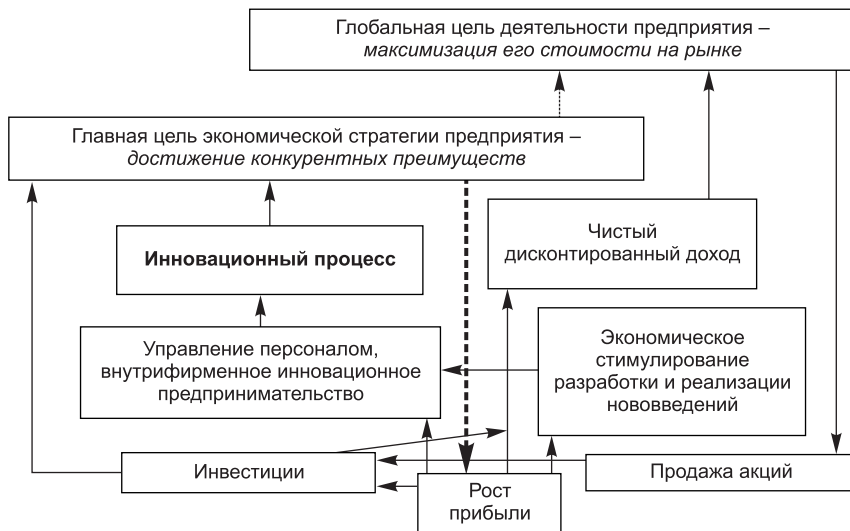


Рис. 1. Инновационный процесс как основа максимизации чистого дисконтированного дохода

внимание существование финансовых рынков, где ведутся операции с ценными бумагами фирм и корпораций, в своих выводах делает акцент преимущественно не на прибыль, а на доход акционеров, который автоматически зависит от стоимости на бирже акций компаний. В этом случае речь идет о максимизации биржевой капитализации.

Следовательно, если предприятие представляет собой акционерное общество, то для него более общей, глобальной экономической целью является максимизация его стоимости, стоимости его акций на рынке ценных бумаг. Однако именно достижение конкурентных преимуществ предприятия, увеличение потока чистой прибыли за счет этого способствует и росту стоимости его акций. Это основные экономические мотивы увеличения стоимости акций предприятия. Спекулятивные махинации на рынке ценных бумаг имеют место, завышена стоимость акций высокотехнологичных и энергетических корпораций (и также происходит многое другое), поэтому трудно согласиться с тем, что стоимость акций на фондовом рынке отражает действитель-

ную стоимость предприятия. Однако ясно, что прибыль и связанные с ней показатели эффективности производства также служат основой оценки стоимости акций.

Как уже отмечалось, достижение конкурентных преимуществ предприятия на рынке невозможно без реализации нововведений. Эффективные нововведения увеличивают поток прибыли, но требуют, в свою очередь, значительных капитальных вложений. Инновационный, инвестиционный процесс во многом определяется эффективностью управления предприятием, так как речь идет не просто об инвестициях и эффекте от них, а о сложном процессе выбора зоны хозяйствования, создания новой продукции, новой технологии, коммерциализации инноваций и т.д. Эта эффективность отражается величиной чистого денежного потока по планируемым периодам (квартал, год): чистая прибыль, плюс амортизационные отчисления (от стоимости введенных основных средств), минус объем инвестиций, в том числе и на потребности в оборотном капитале. В конечном итоге мы приходим к рассмотрению предприятия как комплекса инвестиций [6], стоимость которого определяется стоимостью ожидаемых от него доходов. Общий доход определяется суммой дисконтированных величин чистого денежного потока. Именно чистый денежный поток является основой оценки эффективности, результативности деятельности предприятия. Коэффициенты дисконтирования только корректируют этот поток, приводя оценку его стоимости в разные периоды к текущему моменту времени.

Значение чистого дисконтированного дохода (ЧДД) в большей степени влияет на стоимость акций предприятия, его стоимость. Именно величина ЧДД, чистой текущей стоимости лежит в основе оценки стоимости фирмы, бизнеса. Поэтому с точки зрения акционеров предприятия управление им должно быть направлено на максимизацию роста его стоимости и стоимости его акций, т.е. на максимизацию величины ЧДД, внутренней нормы доходности. Следовательно, основным количественным критерием оптимизации деятельности фирмы, предприятия, корпорации, отражающим суть глобального критерия, будем считать показатель чистого дисконтированного дохода, т.е. чистой текущей стоимости.

Итак, в рыночной экономике глобальной экономической целью функционирования фирмы, предприятия, корпорации является максимизация их стоимости. Если акции предприятия котируются на рынке, то речь идет об оценке его стоимости через биржевой курс ее акций, соответствующий уровню биржевой капитализации [6]. Причем курс акций – это мгновенная оценка, которая зависит от многих внешних причин, конъюнктуры рынка. Однако для экономического управления необходимо иметь дерево целей, причем количественно определяемых. Основная, глобальная количественная цель должна быть также зафиксирована. Пусть она не будет точно соответствовать глобальной цели деятельности предприятия, трудно определяемой количественно, но без нее нельзя говорить о системности экономического управления. Суть соответствия основной количественной функции цели, состоящей в максимизации ЧДД, глобальному критерию оптимизации деятельности предприятия показана на рис. 1.

Таким образом, максимизация глобальной цели деятельности предприятия – максимальное увеличение его стоимости на рынке определяется уровнем достижения конкурентных преимуществ на основе реализации инновационного процесса, эффективность которого отражает показатель ЧДД (через внутреннюю норму доходности). Достижение конкурентных преимуществ обеспечивает также рост прибыли и многих других показателей – объема продаж, рентабельности продаж, активов и др.

Как показано на рис. 1, воспроизводственный процесс развивается по спирали с нарастающим результатом, если на предприятии успешно реализуется инновационно-инвестиционный процесс. Здесь важную роль играет внутрифирменный механизм экономического стимулирования разработок и реализации нововведений. Спираль ведь может закручиваться и вовнутрь, отражая затухающий процесс воспроизводства. В ходе достижения конкурентных преимуществ количественно мы можем контролировать прибыль, рассчитать ЧДД, так как очень важно учесть эффективность использования инвестиций. Чистый дисконтированный доход напрямую отражает и наибольшую долю стоимости предприятия. Таким образом, используя критериальный показатель максимизации

ЧДД, отражающий инновационный потенциал предприятия, мы в наибольшей степени приближаемся к оценке его стоимости. Прибыль, как и показано на рис. 1, является одним из важнейших показателей, но не основным.

Более полное представление производственно-экономического процесса в виде некоторой системной схемы, модели (рис. 2 [4]) также позволяет увидеть определяющую роль инноваций.

Представленный на рис. 2 воспроизводственный процесс замкнут: продажа продукции обеспечивает получение прибыли, из которой вычитаются налоги, затем из чистой прибыли финансируется прирост оборотных активов (оборотного капитала), а далее остатки чистой прибыли направляются на реализацию инновационно-инвестиционного процесса, активизирующего всю деятельность предприятия, производство и продажа продукции осуществляются с еще большей интенсивностью и т.д.

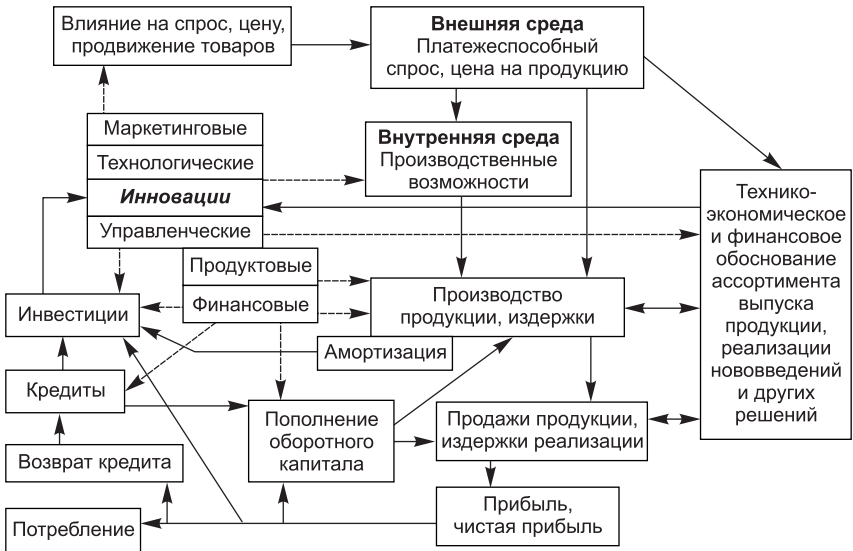


Рис. 2. Упрощенная схема воспроизводственного процесса и влияния инноваций на функционирование предприятия

Важнейшая роль отводится инновационно-инвестиционному процессу и при формировании стратегических планов развития предприятия с учетом согласования основных стратегических показателей, максимизации эффективности функционирования предприятия [4]. Именно разработка научно-методологического подхода к инновационному процессу как основе оптимизации и системного согласования показателей деятельности промышленного предприятия позволила решить сложнейшую задачу стратегического управления предприятием.

При формировании перспективного стратегического плана деятельности предприятия просматривается пять этапов планирования. На первом ставятся стратегические цели развития предприятия. На втором этапе осуществляются предварительные расчеты перспективного плана, ориентированного на достижение поставленных целей исходя только из имеющихся возможностей предприятия. На данном этапе появляется конкретная информация: что нужно сделать на предприятии для достижения поставленных целей (ввести дополнительные мощности и т.д.). На третьем этапе формируется множество нововведений для реализации стратегий и устранения выявленных (на втором этапе) несогласований возможностей предприятия с намерениями. На четвертом этапе в плане повышения эффективности производства (ППЭП) формируется план нововведений, т.е. тех мероприятий, которые подлежат реализации. Если с помощью разработанных нововведений не удастся устранить несогласование плана, то следует вернуться на третий этап для поиска новых мероприятий и на первый (может быть, не на первой итерации расчетов) – для корректировки стратегических целей. Возврат на первый уровень принятия решений происходит тогда, когда не удастся обеспечить достижение какой-то стратегической цели из-за отсутствия необходимых нововведений. На пятом этапе формируется перспективный план функционирования и развития предприятия с учетом реализации ППЭП. Этому плану ставится в соответствие определенный перечень прогнозных технико-экономических и финансовых, неэкономических показателей по годам планируемого периода.

Основу стратегического планирования составляют стратегии, нововведения, направленные на развитие предприятия в тех областях производства (работ, услуг), которые обеспечивают ему достижение конкурентных преимуществ. Таким образом, при перспективном планировании речь идет о разработке ППЭП, количественно фиксирующего те целевые параметры, которые намечено достигнуть. С позиции основного критерия – максимизации чистого дисконтированного дохода будет даваться оценка целесообразности достижения той или иной подцели.

Поскольку в рамках ППЭП решается вопрос о включении в план реализации некоторого перечня нововведений, организационно-экономических и технических мероприятий, которые следует отобрать из множества разработанных, постольку в данном случае можно говорить о задаче формирования целевой программы. Она поставлена в рамках ППЭП на основе задания целей развития предприятия в целом и предварительных расчетов перспективного плана. План повышения эффективности производства в перспективном планировании становится не только основным и согласующим, но и оптимизационным.

Итак, пусть на конец выполнения перспективного плана фиксируются ключевые стратегические показатели (объемов реализации продукции, прибыли, рентабельности продукции и др.). На перспективный период формируется предварительный прогнозный план деятельности предприятия исходя из его возможностей (на нормативной базе предпланового года) и оценки спроса на продукцию. При этом за основу расчетов берется один из важнейших стратегических показателей – объем реализации. Без балансовых, оптимизационных расчетов трудно обеспечить согласование даже двух показателей в такой сложной системе, как промышленная фирма, корпорация. Следовательно, предварительно задача ставится так: обеспечить к концу планируемого периода выход на объем реализации в целом и по товарным группам. В результате предварительных расчетов в ППЭП поступают данные о рассогласовании целевых стратегических управляющих параметров и предварительно определенных этих же показателей. При этом происходит трансформация показателей. Так, на входе заданы одни стратегические показатели, а в план повышения эффек-

тивности производства поступит информация о более конкретных и простых показателях, понятных на любом уровне управления. Речь идет о необходимости ввода дополнительных мощностей ΔM в той или иной группе оборудования, о величине снижения затрат ΔC , которая должна обеспечить необходимый рост чистой прибыли как основного источника инвестиций, рентабельности продукции, активов. Кроме этого фиксируются задания по снижению материальных затрат ΔH и трудовых затрат ΔT , по увеличению реализации продукции ΔS_j по товарным группам j , по экспортной продукции ΔE_j (рис. 3).

Среди ключевых стратегических показателей следует отметить наиболее важный из них – показатель экономической конкурентоспособности предприятия как доли добавленной стоимости (зарплата с начислениями, прибыль, амортизация, НДС) в объеме реализованной продукции [1]. Обеспечение достижения такого показателя задается через уровень оплаты труда, опережение роста производительности труда относительно расходов заработной платы, снижение издержек производства, т.е. через параметры ΔH , ΔT , ΔC и др. Рост ЧДД обеспечивает повышение и показателя экономической конкурентоспособности.

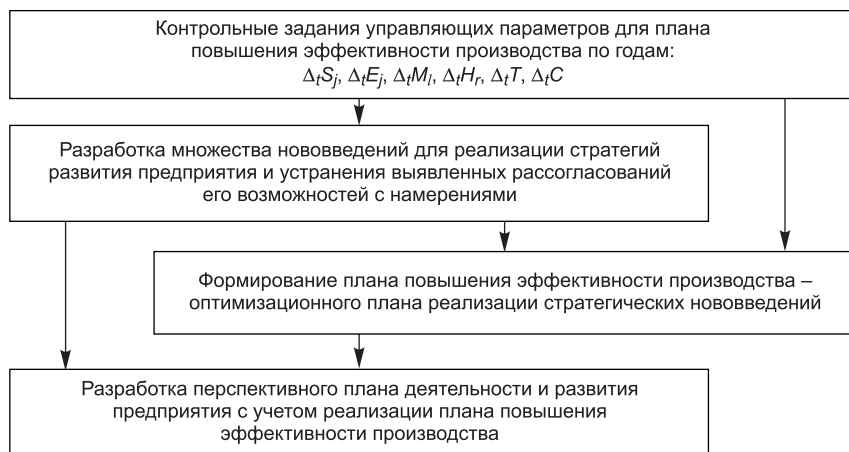


Рис. 3. Формирование плана повышения эффективности производства на основе реализации нововведений

Соответствующие службы предприятия разрабатывают нововведения, в том числе альтернативные, направленные на устранение несогласования в перспективном плане. В перспективном планировании рассматриваются и крупные многовариантные инвестиционные проекты, связанные, как правило, с выпуском новой высококачественной продукции.

Дальнейший процесс перспективного планирования связан с разработкой ППЭП. Необходимо составить такой план мероприятий, который устранял бы выявленные на основе предварительных расчетов несогласования между целевыми заданиями и возможностями предприятия. По каждому мероприятию имеется информация о конечных результатах (вводе мощностей, экономии ресурсов и др.) и общем экономическом эффекте. Возникает достаточно сложная оптимизационная задача: необходимо устранить несогласования и обеспечить максимальный эффект от реализации нововведений при ограничениях на инвестиции. Такая задача решается либо на основе приближенного алгоритма, либо с помощью оптимизационной модели. При этом оптимизационная модель может быть построена только для составления ППЭП или для формирования в целом прогнозного перспективного плана функционирования и развития предприятия с одновременной разработкой ППЭП. Так как в результате предварительных расчетов осуществлена трансформация показателей, расчет которых не носит нелинейный характер, поставленная проблема укладывается в рамки решения задачи линейного программирования (с частично целочисленными переменными).

Если все несогласования не удается устранить, то происходит возврат к этапу подготовки новых мероприятий или уменьшается жесткость целевых установок. При получении допустимого решения формируется перспективный план с учетом принятых к реализации нововведений и с расчетом всех основных технико-экономических и финансовых показателей по годам планирования. В отличие от предварительных расчетов здесь уже не допускается нарушение планируемых возможностей предприятия (по мощностям, финансовым ограничениям и др.). Можно осуществить итерационный процесс уточнения плана. При новом расчете перспективного плана на стадии

его предварительной разработки стоит воспользоваться данными предыдущего варианта расчетов. Так, при том же объеме реализации в предварительных расчетах можно учесть прогнозные данные о стоимости активов, основных средств, о потребности в инвестициях и др. Это позволит уточнить расчетные значения как расщогласований перспективного плана, так и конечных его показателей.

Таким образом, и формирование перспективного стратегического плана развития предприятия, и обеспечение его эффективности, системное согласование стратегических показателей базируются на использовании инноваций. Прирост же рыночной стоимости предприятия (относительно базового периода), отраженный величиной ЧДД за планируемый период, определяет возможности инновационного потенциала предприятия, повышение его экономической конкурентоспособности.

Литература

1. **Инновации** и конкурентоспособность предприятий / Кравченко Н.А., Кузнецова С.А., Маркова В.Д. и др.; под ред. В.В. Титова. – Новосибирск: Изд-во ИЭОПП СО РАН, 2010. – 324 с.
2. **Кравченко Н.А., Кузнецова С.А., Юсупова А.Т.** Развитие инновационного предпринимательства на уровне региона // Регион: экономика и социология. – 2011. – № 1. – С. 140–161.
3. **Управление** современной компанией / Под ред. Б. Мильнера, Ф. Лииса. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 586 с.
4. **Титов В.В.** Проблемы и механизмы активизации инновационного предпринимательства в промышленности // Регион: экономика и социология. – 2011. – № 1. – С. 235–247.
5. **Титов В.В.** Оптимизация управления промышленной корпорацией: вопросы методологии и моделирования. – Новосибирск: Изд-во ИЭОПП СО РАН, 2007. – 256 с.
6. **Экономическая** стратегия фирмы / Под ред. А.П. Градова. – СПб.: Специальная литература, 1999. – 590 с.
7. **Коласс Б.** Управление финансовой деятельностью предприятия. – М.: Финансы; ЮНИТИ, 1997. – 576 с.

Рукопись статьи поступила в редколлегию 15.08.2011 г.

© Титов В.В., 2011