

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННО-СТОИМОСТНОГО ПОДХОДА В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В соответствии с Концепцией Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы предусматривается обеспечение конкурентоспособности традиционных секторов национальной экономики на основе их инновационного развития и внедрения передовых технологий [1]. В частности, технологическими ориентирами в нефтехимической промышленности являются материал- и энергосберегающие технологии производства полиэфирной продукции, шин, минеральных удобрений. Ключевым фактором успешности планируемых проектов является реализация условий для привлечения инвестиций. Так на реализацию всех мероприятий программы инновационного развития Республики Беларусь предусматривается привлечение средств, среди которых доля внебюджетного финансирования составляет 71,14%.

Для выполнения задачи привлечения финансовых ресурсов в инновационные проекты необходимо создавать предпосылки для повышения привлекательности предприятия для потенциальных инвесторов, что можно реализовать посредством использования инвестиционно-стоимостного подхода, который ставит целью максимизации прироста стоимости бизнеса.

Для успешного использования обозначенного подхода менеджерам, отвечающим за инвестиционное обеспечение инновационных проектов, важно понимать: как измерять стоимость предприятия; что означает «управление для создания стоимости»; каким образом можно управлять факторами стоимости предприятия.

Как измерять стоимость предприятия?

Для оценки стоимости предприятия принято использовать рыночные подходы и методы. Особое внимание при планировании инвестиционного развития следует уделять оценке, полученной по доходному методу.

Что означает «управление для создания стоимости»?

Вообще «управление для создания стоимости – это максимальное повышение долгосрочной способности организации генерировать денежные средства» [2, с. 584]. То есть для достижения стратегического успеха менеджерам предприятий следует реализовывать следующие направления: создавать стоимость для собственников, финан-

сировать стратегическое (долгосрочного) развитие предприятия и оправдывать финансовые ожидания заинтересованных сторон (кредиторов, поставщиков, служащих, общества, потребителей). Эти направления реализуются в процессе управления стоимостью бизнеса, которая, в свою очередь, зависит от управления некоторым количеством разных факторов. Существуют различные классификации факторов, определяющих величину создаваемой стоимости. Например, в [2, с. 584-585] речь идет о 3-х факторах: доход от основной деятельности за вычетом затрат на производство и реализацию, инвестиции в активы (или реализация активов), затраты на финансирование (плата за заемные средства).

Каким образом можно управлять факторами стоимости предприятия?

Управление факторами стоимости на предприятии может быть реализовано в 3 этапа:

1 этап. Выделение ключевых факторов стоимости.

2 этап. Согласование факторов стоимости между собой.

3 этап. Создание подразделения для мониторинга прироста стоимости и анализа тенденций ее изменения в процессе функционирования предприятия.

Таким образом, инвестиционно-стоимостной подход ставит целью максимальное повышение долгосрочной способности организации генерировать денежные средства. Следовательно, необходимо выявлять факторы, формирующие денежные потоки предприятия, для последующего воздействия на них.

Управление факторами стоимости может реализовываться посредством разработки схемы анализа факторов стоимости и сбалансированной системы целей и показателей.

Применение инвестиционно-стоимостного подхода, используя показатель созданной стоимости, повысит инвестиционную привлекательность предприятия, что решит задачу притока внебюджетных средств в инновационные проекты и будет являться основой для благополучного развития предприятия в долгосрочном периоде.

ЛИТЕРАТУРА

1 Концепция Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы URL: http://www.gknt.gov.by/opencms/export/sites/default/ru/Documents/GPIR_2016_2020.doc (Дата обращения: 19.10.2015).

2 Джонсон, Дж. Корпоративная стратегия: теория и практика. 7-е изд.; пер. с англ. М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. 800 с.