

Рукопис опубліковано:

Zakharkin O. The place of innovations in the system of factors of enterprise value formation / Zakharkin O. // Canadian Journal of Science, Education and Culture. – 2014. - No.1. (5) (January- June). Volume II. - “Toronto Press”. Toronto. – P. 7-14.

Zakharkin O., Sumy State University

PhD, Doctoral Candidate, the Faculty of Economics and Management

E-mail: zaharkin@ukr.net

The place of innovations in the system of factors of enterprise value formation

Abstract: This article is devoted to the investigation of the way how innovations influence the business value. The influence of innovations is analyzed under the resort approach, from the basic stakeholder enterprises' point of view, according to the time mark.

Key words: innovations, business value, stakeholders, resort

Захаркін Олексій, Сумський державний університет

Кандидат економічних наук, докторант,

факультет економіки та менеджменту

E-mail: zaharkin@ukr.net

Місце інновацій в структурі факторів формування вартості підприємства

Анотація: Дана стаття присвячена дослідженню механізму впливу інновацій на вартість бізнесу. Вплив інновацій розглядається за ресурсним підходом, з точки зору основних стейкхолдерів підприємства та за часовою ознакою.

Ключові слова: інновації, вартість бізнесу, стейкхолдери, ресурси.

Постановка проблеми. Функціонування сучасних підприємств, незалежно від їх належності до певної сфери чи галузі, повинне ґрунтуватися

на досягненні максимальних показників рентабельності діяльності, підвищенні ефективності використання всіх видів ресурсів, формуванні конкурентних переваг та забезпеченні стабільності розвитку підприємства у довгостроковому періоді. Виконання даних задач є необхідним для успішної діяльності підприємств в ринковому середовищі.

Сучасні наукові дослідження та практика підприємницької діяльності засвідчують, що на сьогодні однією з головних передумов, що дозволяють досягти приросту вартості бізнесу, є впровадження інновацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні, методологічні, методичні та практичні аспекти механізму впливу інновацій на вартість підприємства досліджувалися в працях багатьох зарубіжних та вітчизняних учених, зокрема Коумпланда Т., Муррина Дж. [1], Фатхудинова Р. А. [2], Ілляшенко С.М. [3], Перерви П. Г., Мехович С. М., Погорелова М. І. [4], Федулової Л. І. [5], Павленко І. А. [6], Івашковської [7].

Разом з тим залишаються невирішеними питання впливу різних видів інновацій (продуктових, технологічних, маркетингових, організаційних) на вартість підприємства з урахуванням інтересів основних стейкхолдерів.

Метою статті є удосконалення теоретичні основ визначення механізму впливу інновацій на вартість підприємства.

Основні результати дослідження. Суб'єкти господарювання, що функціонують у відкритій ринковій економіці, перебувають під впливом багатьох чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, які можуть бути як підконтрольні підприємству, так і знаходитися поза сферою його керування. Визначення та оцінка всіх цих параметрів є необхідною складовою у забезпеченні ефективності діяльності суб'єкта господарювання, а при побудові системи його управління на базі вартісно-орієнтованого підходу це стає одним із ключових завдань, оскільки саме ідентифікація чинників, які прямо чи опосередковано впливають на вартість, визначення сили і пріоритетності їх впливу, дозволяє сформулювати відповідні завдання

щодо управління даними факторами та досягти основної мети підприємства – максимізації його вартості.

Узагальнюючи результати досліджень щодо визначення основних факторів, що впливають на формування вартості підприємства, можна зауважити, що у якості одного із головних факторів у роботах багатьох сучасних дослідників [1, 7, 8, 9, 10] розглядаються інновації. Найчастіше їх відносять до групи якісних показників, адже очевидним є вплив інноваційної діяльності саме на поліпшення якісних характеристик функціонування підприємства – його ділової репутації, конкурентоспроможності, споживчої цінності продукції тощо. Водночас, необхідно відзначити комплексність впливу інновацій на вартість підприємства, що знаходить своє вираження не тільки у якісних, але і в кількісних показниках – прирості виручки від реалізації і чистого прибутку, зростанні фондівіддачі, рентабельності та інших відносних показників.

Для дослідження механізму впливу інновацій на вартість підприємства необхідно, перш за все, розглянути основні типи інновацій та з'ясувати їх сутність.

Відповідно до вітчизняного законодавства, інновації визначаються як «новостворені (застосовані) і/або вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і/або соціальної сфери [11].

Досить близький підхід до характеристики сутності інновацій можна зустріти і в міжнародній практиці, зокрема в офіційних публікаціях ОЕСР (Організація економічного співробітництва та розвитку) та Євростату інновації визначаються як «впровадження нового або суттєво поліпшеного продукту (товару чи послуги) або процесу, нових маркетингових або організаційних методів у веденні підприємницької діяльності, організації робочого процесу чи налагодженні зовнішніх відносин [12].

В обох розглянутих визначеннях надається достатньо широке трактування поняттю «інновація», що покликане охопити широкий спектр можливих різновидів інновацій. У той же час, необхідно підкреслити, що не всі види змін, що впроваджуються на підприємствах, можуть бути віднесені до категорії інновацій. Відповідно до цього, в роботі С. М. Ілляшенка виділено 3 основні властивості, яким мають відповідати інновації, а саме: новизна; технічна і економічна доцільність; корисність для споживача [3]. Іншими словами, характеристика інновацій не повинна обмежуватися лише новизною, але й мати певний позитивний ефект – сприяти зростанню ефективності виробництва, створенню нової якості для споживача чи забезпеченню інших соціальних ефектів.

Зважаючи на значну різноманітність можливих видів інновацій, існує багато підходів до їх класифікації [2, 3, 4, 13], проте з точки зору формування вартості підприємства найбільший інтерес становить поділ інновацій на типи за ознакою їх предметного змісту, оскільки дозволяє встановити безпосередній взаємозв'язок між інноваціями та тими параметрами операційної, фінансової і інвестиційної діяльності підприємства, на які найбільше впливає їх запровадження.

Відповідно до предметного змісту інноваційної діяльності (або сфери застосування інновацій) всі інновації можна класифікувати на: продуктові, технологічні, організаційні та маркетингові (ринкові) [2- 5, 12, 13]. Поряд із тим, слід відмітити, що поділ інновацій на зазначені 4 типи є дещо умовним, адже часто нововведення, які здійснюються на підприємствах, співвідносяться одночасно із декількома видами інновацій. Особливо це стосується реалізації технологічних і продуктових інновацій.

Впровадження продуктових, маркетингових, технологічних та організаційних інновацій спрямоване на загальне підвищення ефективності функціонування підприємства шляхом корінних змін у відповідних сферах його діяльності. Узагальнююча характеристика даних видів інновацій представлена на рис. 1.



Рисунок 1 – Типи інновацій за предметним змістом (сферою застосування) (складено на основі джерел [2- 5, 12, 13])

Усі види інновацій виступають факторами вартості підприємства, проте механізм реалізації їхнього впливу має відмінності та виражається різними показниками. Найбільш прямий вплив на показник вартості підприємства здійснюють продуктові та маркетингові інновації, оскільки їх впровадження безпосередньо забезпечує приріст чистого доходу і валового прибутку підприємства. Вплив технологічних інновацій також може проявлятися у зростанні обсягів реалізації, розширенні ринків збуту, але це відбувається опосередковано через зростання продуктивності та оптимізацію процесів виробництва і постачання. Організаційно-управлінські інновації мають найбільш опосередкований вплив на вартість підприємства.

З метою дослідження механізму впливу всіх розглянутих видів інновацій на вартість підприємства доцільно застосувати ресурсний підхід. Усі види ресурсів, використовувані підприємством в процесі його діяльності (фінансові, виробничі, трудові, управлінські), мають вартісну природу і можуть розглядатися з точки зору руху капіталу (основного, оборотного, інтелектуального тощо). На стадіях відтворення та використання капіталу реалізується його продуктивна функція, що відображається у створенні нової – доданої вартості [14]. Впровадження інновацій підприємством сприяє більш ефективному використанню наявних у нього ресурсів та, відповідно, збільшенню обсягу створюваної доданої вартості, а відтак – приросту вартості підприємства.

Залежно від змісту інновацій, вони можуть мати різний ступінь впливу на використання кожного виду ресурсів підприємства. Наприклад, технологічні інновації безпосередньо забезпечують зростання віддачі від виробничих ресурсів, та опосередковано – фінансових і трудових ресурсів. Маркетингові інновації прямо пов'язані лише із збільшенням ефективності використання фінансових ресурсів, продуктові – фінансових і виробничих.

Зазначені взаємозв'язки між видами інновацій, ресурсами підприємства і показниками, через які може бути визначене зростання його вартості, представлені на рис. 2.



Рисунок 2 – Вплив інновацій на зростання вартості бізнесу через підвищення ефективності використання ресурсів підприємства (авторська розробка)

В рамках розгляду ресурсного підходу для характеристики інновацій, як одного із факторів вартості підприємства, слід відзначити, наявність зворотного зв'язку між ефективністю використання ресурсів і результативністю впровадження інновацій. Так, реалізація організаційно-управлінських інновацій має на меті підвищення ефективності менеджменту через зміни структури управління, систем прийняття рішень, стратегічного планування і прогнозування тощо. У той же час, наявна на підприємстві система управління, її оптимальність та ефективність, визначатиме якість управління інноваційним процесом та впливатиме на результати впровадження інновацій будь-якого виду.

Інший прояв зворотного впливу стосується фінансових ресурсів і полягає в тому, що розробка, вибір інноваційних проектів та їх реалізація зазвичай потребують значних капіталовкладень, що може суттєво знизити розмір чистих надходжень від інноваційної діяльності. Тому при оцінці фактору інновацій мають враховуватися не лише абсолютні показники, що характеризують приріст додаткової вартості, але й відносні, які виражають їх співвідношення до суми понесених витрат.

Досліджуючи вплив інновацій на створення вартості підприємства, необхідно відзначити, що його прояв можна розглядати за різними часовими періодами, що пов'язано із відповідними рівнями оцінювання ефективності вартісно-орієнтованого управління. Так, в роботі З. О. Ковалю [9: 350] визначається, що ефективність управління підприємством може бути охарактеризована з позицій часового, рівневого і інтегрального підходів.

Часовий підхід передбачає виділення трьох періодів – короткострокового, середньострокового та довгострокового, для кожного з яких автор визначив специфічні критерії оцінювання ефективності. Наприклад, короткотермінова ефективність визначається такими критеріями, як результативність, оптимальність, доцільність, гнучкість, продуктивність та якість; середньотермінова – пов'язана з критеріями адаптивності і конкурентоздатності; довготермінова – з розвитком, тобто зростанням

вартості підприємства і досягненням ним стратегічних цілей шляхом задоволення майбутнього попиту [9: 351].

Слід зауважити, що якісні критерії, якими характеризується зазначена структура формування вартості підприємства у розрізі часових періодів, може бути поставлена у відповідність потребам основних стейкхолдерів підприємства (рис. 3). Наприклад, впровадження інновацій з метою підвищення якості існуючих товарів і послуг, що надаються підприємством, або створення принципово нових видів продукції для задоволення потреб споживачів є ключовим показником врахування інтересів даної групи стейкхолдерів.

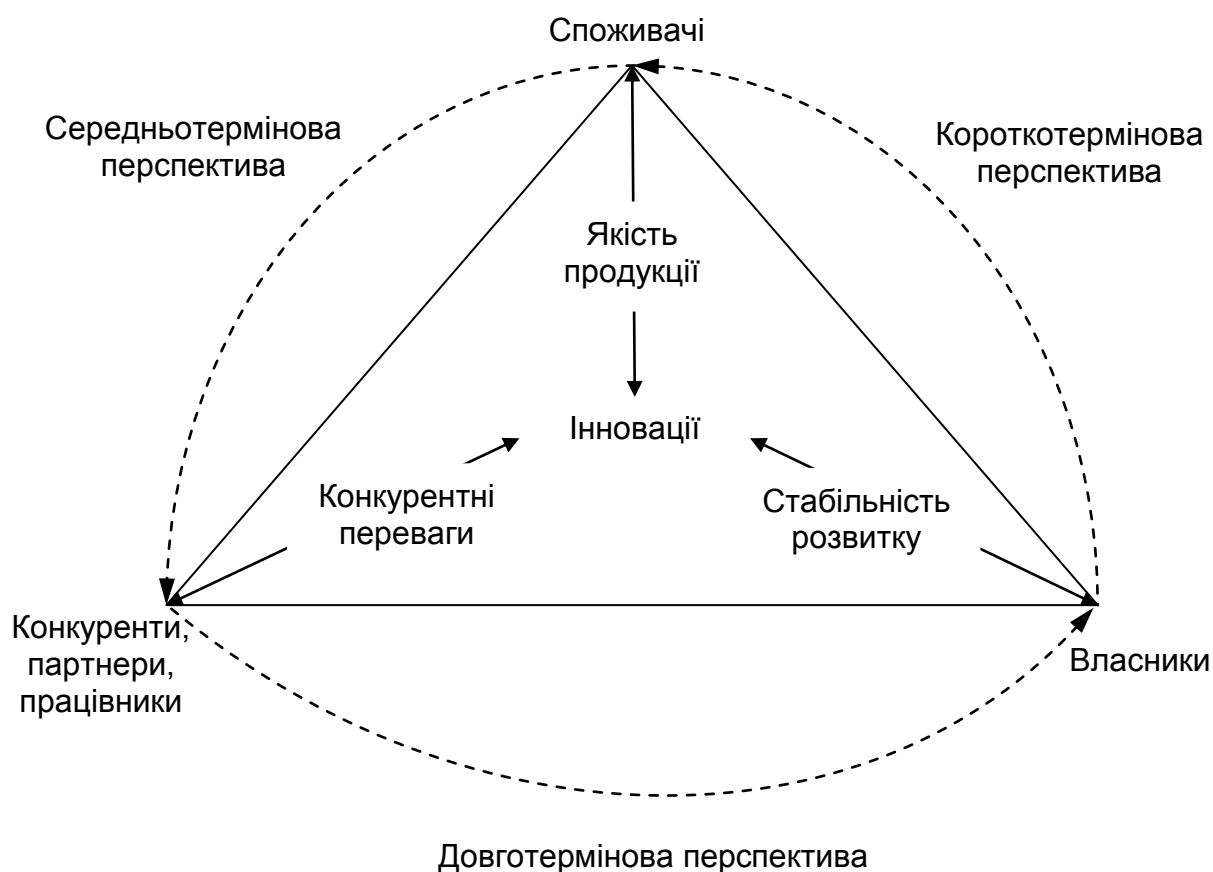


Рисунок 3 – Якісні критерії оцінки результативності інновацій з точки зору основних стейкхолдерів підприємства та за часовою ознакою (авторська розробка)

Впровадження інновацій в середньостроковій перспективі сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства, що з точки зору його

основних партнерів (постачальників, кредиторів та інших) є свідченням надійності та фінансової стійкості підприємства, сприяє встановленню стабільного співробітництва, оскільки забезпечується виконання інтересів даної групи стейкхолдерів. Аналогічно, для працівників підприємства укріплення його позицій на ринку, а також адаптивність до змін споживчого попиту шляхом спрямованості на інноваційний розвиток, є гарантією стабільного працевлаштування та своєчасних розрахунків із заробітної плати.

В довготерміновій перспективі впровадження інновацій забезпечує розвиток підприємства, приріст його вартості та відповідно віддачі на вкладений капітал, що є основним та безпосереднім критерієм задоволеності інтересів власників підприємства, як основної групи стейкхолдерів.

Висновки. Таким чином, інновації є важливим фактором формування вартості підприємства, проте їх вплив є переважно опосередкованим та може бути охарактеризований через показники стану та ефективності використання різних видів ресурсів підприємства (фінансових, виробничих, трудових, управлінських тощо). Оцінювання впливу інновацій на вартість підприємства повинно здійснюватися у розрізі їх видів за ознакою предметного змісту, а саме продуктових, маркетингових, технологічних та організаційно-управлінських інновацій. Подальші дослідження в цьому напрямку будуть присвячені моделюванню впливу інноваційної діяльності на вартість підприємства.

Список літератури:

1. Коупленд Т., Муррін Дж. Стоимость компании : оценка и управление. – М. : Олимп-Бизнес, 2005. – С.569.
2. Фатхудинов Р. А. Инновационный менеджмент. – СПб. : Питер, 2002. – С.400.
3. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент. – Суми : ВТД – Університетська книга, 2010. – С.334.
4. Перерва П. Г., Мехович С. М., Погорелова М. І. Організація та управління інноваційною діяльністю. – Х. : НТУ «ХПІ», 2008. – С.1025.

5. Федулова Л. І. Інноваційна економіка. – К. : Либідь, 2006 . – С.480.
6. Павленко І. А. Інноваційне підприємництво у трансформаційній економіці України. – К. : КНЕУ, 2007. – С.248.
7. Ивашковская И. В. Стейкхолдерский подход к управлению, ориентированному на приращение стоимости [Электронный ресурс] // Корпоративные финансы. – 2012. – № 1 (21). – С. 14-23. – Режим доступа : [http://cfjournal.hse.ru/2012--1%20\(21\)/53186100.html](http://cfjournal.hse.ru/2012--1%20(21)/53186100.html)
8. Казанцева С. А. Проблемы определения факторов, влияющих на формирование стоимости предприятия // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы междунар. науч. конф. (г. Москва, апрель 2011 г.).Т. I. – М.: РИОР, 2011. – Москва, 2011. – С.183-188.
9. Коваль З. О. Оцінювання ефективності вартісно-орієнтованого управління підприємством в екосистемі інновацій // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2011. – № 714. – С.348-357.
10. Шишова Ю. Г. Механізми управління вартістю підприємства в умовах екологоорієнтованого розвитку (на прикладі машинобудівних підприємств) : дисертація на здобуття наукового ступеня канд. економічних наук. Суми: СумДУ, 2014. – С.246.
11. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 № 40-IV зі змінами [Електронний ресурс] / Верховна рада України. Офіційний портал. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
12. Oslo Manual : Guidelines for collecting and interpreting innovation data. Organisation for Economic Co-operation and Development; Statistical Office of the European Communities. Third edition. OECD, 2005. – 166 p. – Access mode: http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECD OsloManual05_en.pdf
13. Інновації: проблеми науки і практики. – Х. : ІНЖЕК, 2006. – С.336.
14. Корж Р. В., Шевчук Н.В. Фінансові аспекти формування вартості підприємства [Електронний ресурс] // Ефективна економіка. – 2012. - №6.– Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1197>