Коми республиканская академия
государственной службы и управления
(ГОУ ВО КРАГСиУ)

Т.А. Федорова

ФОРМИРОВАНИЕ СТОИМОСТИ ИННОВАЦИОННО АКТИВНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Монография

2-е изд., испр. и доп.

Сыктывкар ◆ ГОУ ВО КРАГСиУ ◆ 2018

УДК 159.9.01:338.5
ББК 65.053
Ф33

Печатается по решению Совета по науке ГОУ ВО КРАГСиУ (от 29.05.2018 № 4)

Рецензенты:
ООО «ФЕДБЕЛ-Аудит»
(директор, д-р экон. наук, профессор *В.И. Белоцерковский*);
д-р экон. наук, профессор,
проректор Ленинградского государственного университета
имени А.С. Пушкина *С.Н. Большаков*

Федорова, Т.А.
Ф33 Формирование стоимости инновационно активного предприятия: монография / Т.А. Федорова. – 2-е изд., испр. и доп. – Сыктывкар: ГОУ ВО КРАГСиУ, 2018. – 162 с.
ISBN 978-5-93206-368-2

Для инновационно активных предприятий особенно остро стоит проблема формирования стоимости, поскольку результаты их деятельности, связанной с повышенным риском, с целью увеличения стоимости должны посылать рынку позитивные сигналы. Для решения данной проблемы в монографии дано чёткое представление о содержании стратегии формирования стоимости инновационно активного предприятия, компетенциях и ответственности субъектов управления процессом формирования стоимости. Впервые представлена система взаимосвязанных количественных индикаторов стратегии формирования стоимости, позволяющая органам управления осуществить целенаправленный процесс формирования рыночной стоимости инновационно активных предприятий.

Предназначается для органов управления предприятиями, ориентированных на стоимость, а также для научных работников, аспирантов и студентов экономических специальностей.

УДК 159.9.01:338.5
ББК 65.053

ISBN 978-5-93206-368-2

© Федорова Т.А., 2018
© ГОУ ВО КРАГСиУ, 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение 5

Глава I. Концепция формирования рыночной стоимости инновационно активного предприятия 8
§ 1. Влияние инновационной активности на стоимость предприятия 8
§ 2. Развитие подходов к формированию стоимости инновационно активного предприятия 15
§ 3. Системный подход к формированию стоимости инновационно активного предприятия 29
§ 4. Концепция формирования стоимости инновационно активного предприятия 40

Глава II. Стоимостное представление стратегии инновационно активного предприятия 48
§ 1. Моделирование стратегии формирования стоимости предприятия 48
§ 2. Относительный мультипликатор как целевой показатель стратегии формирования стоимости 59
§ 3. Система рыночных и внутренних индикаторов стратегии формирования стоимости 76

Глава III. Стратегии формирования рыночной стоимости инновационно активного предприятия 86
§ 1. Стратегия развития 86
§ 2. Финансовая стратегия 97
§ 3. Операционная стратегия 106
§ 4. Рекомендации по выбору стратегий формирования стоимости 112

Глава IV. Организационные аспекты реализации стратегии формирования рыночной стоимости предприятия 120
§ 1. Возможности субъектов управления в процессе формирования стоимости, предоставляемые российским законодательством 120

§ 2. Компетенции и ответственность субъектов управления в процессе формирования стоимости предприятия 135
§ 3. Мониторинг формирования стоимости 141

Заключение 146

Библиографический список 150

ВВЕДЕНИЕ

Каждый, кто имеет права на то или иное предприятие, а также каждый, кто собирается приобрести такие права, заинтересован в росте стоимости объекта инвестиций. Опыт возникновения и развития предприятий разных отраслей экономики свидетельствует о том, что в своей истории они переживают как взлёты, так и падения стоимости (часто в полном соответствии с ожиданиями инвесторов, и не менее часто это происходит вопреки их ожиданиям). В условиях нестабильного характера динамики стоимостных показателей руководство предприятий столкнулось с необходимостью управления процессом формирования стоимости предприятия. Теоретиками и практиками предложены разнообразные технологии формирования стоимости. Наиболее разработанными из них являются подходы, связанные с выбором основного целевого показателя стоимости, например показателя рентабельности собственного капитала, величины дисконтированного денежного потока, величины экономической добавленной стоимости. С целью постановки задач по формированию стоимости отдельным подразделениям предприятия указанные показатели дезагрегируются на так называемые двигатели стоимости. Двигатели стоимости – это параметры, непосредственно определяемые конкретными управленческими решениями. Как правило, к ним относятся постоянные издержки, объём продаж, оборот капитала, доля заёмного капитала, величина необходимого нового заёмного капитала, кредитная ставка, длительность обязательств, график погашения кредитов, доля чистых денежных потоков, направляемых на инвестиции, и др.

Однако практика показала, что процесс формирования стоимости не определяется полностью деятельностью, отражаемой только экономико-финансовыми показателями. Необходимо учитывать другие нефинансовые показатели, например творческий потенциал, наличие лояльной клиентской базы и других, что в наиболее комплексном виде представлено в известной сбалансированной системе показателей.

Недостаточность применительно к процессу формирования стоимости предприятия традиционной экономико-финансовой информации иллюстрирует опосредующую природу финансовых показателей. Последние лишь отражают состояние реальных процессов,

лежащих в основе формирования стоимости, а именно научных исследований и опытно-конструкторских работ, маркетинга, производства, доставки и т.п. Оперируя (а иногда манипулируя) финансовыми показателями, ничего не изменяя в основных процессах, невозможно рассчитывать на долговременный рост стоимости. Неслучайно лидирующие позиции на фондовых рынках имеют предприятия, которые наращивают свой потенциал, обновляя и развивая технологии и номенклатуру продукции.

В настоящей работе сделана попытка системного рассмотрения процесса формирования рыночной стоимости инновационно активного предприятия.

В первой главе особое внимание уделено инновациям и их влиянию на стоимость предприятия, прослежено развитие методов формирования стоимости инновационно активного предприятия и представлена авторская концепция формирования его стоимости.

Формирование стоимости – долгосрочный процесс, на его осуществление и результат влияет выбранная и реализуемая предприятием стратегия. Во второй главе процесс разработки стратегии предприятия рассмотрен со стоимостной точки зрения. Кроме того, впервые в индикаторы стратегии предложено включить не только показатели, отражающие внутреннюю среду предприятия, но и показатели, учитывающие информацию о состоянии отраслевого и фондового рынков, что способствует разработке стратегии, направленной на формирование именно рыночной стоимости предприятия.

В третьей главе рассмотрены составляющие стратегии формирования рыночной стоимости предприятия, а именно: стратегия развития, финансовая стратегия и операционная стратегия. На обширном статистическом материале продемонстрированы существующие подходы российских предприятий к реализации стратегии формирования стоимости.

Недостаточность позитивного опыта формирования стоимости отечественных предприятий предопределяет актуальность изучения роли субъектов управления процессом формирования стоимости предприятия в соответствии с российским законодательством. Проведённый в четвёртой главе анализ российского законодательства в отношении роли субъектов управления предприятием (акционеров, совета директоров, менеджеров) в формировании его рыночной стоимости позволил выявить ведущую роль совета директоров

в формировании стоимости инновационно активного предприятия. Определены его задачи и функции управления стоимостью на всех этапах реализации стратегии. В качестве средства поддержки принимаемых решений применительно к процессу формирования стоимости предприятия разработана методика мониторинга формирования рыночной стоимости.

Чёткое понимание процесса формирования стоимости инновационно активного предприятия, выявляющее единое стоимостное представление объекта, средств управления и результата процесса формирования стоимости, а также задачи субъектов управления данным процессом, должно, по мнению автора, способствовать инновационному развитию отечественных предприятий, сопровождающемуся увеличением их рыночной капитализации.