

**Секция «1. Перспективы развития современной финансовой системы»**

**ФИНАНСОВО-СТОИМОСТНОЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ РАЗВИТИЯ  
ИННОВАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ РОССИИ**

*Игнатов Евгений Владимирович*

*Кандидат наук*

*Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия*

*E-mail: e.ignatov@gmail.com*

Актуальность проблемы связана с тем, что в настоящее время существует острая необходимость перехода России к инновационной модели развития экономики. Переход к данной модели сопровождается повышением активности инновационных компаний. Для построения эффективного механизма принятия управленческих решений требуется совершенствование их стоимостной оценки и построение механизма управления данными компаниями, основанными на современном стоимостном инструментарии.

В первую очередь необходимо определить объект стоимостной оценки и управления. Все существующие в литературе подходы к определению сущности понятия «инновационные компании», так же как и понятия «высокотехнологичные компании», можно сгруппировать в три: этимологический подход, подход на базе отраслевых и/или продуктовых классификаций, подход на основе расчета показателя наукоемкости продукции.

Поэтому в самом общем виде инновационные компании можно определить как компании, производящие инновационные продукты, работы, услуги.

Инновационным компаниям свойственно создание стоимости в значительной степени за счет использования инноваций, то есть инновации являются основным бизнесообразующим активом данных компаний.

Кроме того, инновационные компании сохраняют основные специфические черты, аналогичные всем «высокотехнологичным компаниям» (см., например, [2]):

- 1) высокая доля нематериальных активов (НМА) в структуре активов компаний;
- 2) высокая квалификация сотрудников;
- 3) зависимость стадий жизненного цикла компании и производимых товаров от стадий жизненного цикла технологий;
- 4) главное конкурентное преимущество данных компаний – новизна и качество продукции, а не снижение издержек и цен;
- 5) возможность быстрого роста доходов компании в результате удачного внедрения инновации, отвечающей требованиям рынка.

Концепция управления стоимостью на текущий момент является основной парадигмой развития бизнеса. Основная идея концепции управления стоимостью компании заключается в том, что, с точки зрения инвесторов, управление должно обеспечивать рост рыночной стоимости компании. Базовые принципы концепции управления стоимостью следующие:

- 1) наиболее явный показатель, позволяющий адекватно оценить деятельность предприятия – это его стоимость;
- 2) управленческие решения должны осуществляться только при условии, что они создают новую стоимость;

3) в изменяющихся условиях внешней экономической среды набор активов предприятия, как материальных, так и нематериальных, подлежит изменению в целях обеспечения максимального роста стоимости предприятия.

Управление стоимостью инновационной компании – это совокупность действий, направленных на максимизацию стоимости инновационной компании в долгосрочном периоде.

Традиционный механизм управления стоимостью включает в себя следующие этапы:

- 1) Проведение оценки компании в текущем состоянии (как есть);
- 2) Определение факторов (драйверов) стоимости;
- 3) Определение целевых значений факторов стоимости и величины стоимости, к которой приводит их изменение;
- 4) Контроль над целевыми показателями компании для достижения целевых значений стоимости.

Система факторов стоимости инновационных компаний может быть представлена следующим образом:

- 1) традиционные финансовые показатели факторы стоимости (выручка, себестоимость, рентабельность, денежный поток, ставка дисконтирования);
- 2) специфические факторы стоимости, особенно присущие инновационным компаниям:

- стадия жизненного цикла инновационной компании;
- количество и качество инноваций;
- степень коммерциализации инноваций (ноу-хау, изобретений, полезных моделей);
- время на разработку новых инноваций;
- уровень квалификации кадров;
- положение на технологическом рынке;

Современные методы управления стоимостью компании включают:

- методы, основанные на управления стоимостью компании с помощью показателей добавленной стоимости и факторного анализа (экономическая добавленная стоимость, свободный денежный поток, остаточная прибыль, модель Арнольда, система сбалансированных показателей);

- методы, основанные на управления стоимостью компании с учетом ожиданий (на базе модели Коупленда и Долгоффа, в рамках фрактальной гипотезы рынка, в рамках гипотезы когерентного рынка, в рамках гипотезы адаптивного рынка).

На основе данных методов производится выявление факторов стоимости, оценка их влияния на стоимость и построение механизма финансово-стоимостного управления.

Одним из перспективных финансово-стоимостных инструментов является структурная модернизация инновационных компаний

Структурная модернизация – целенаправленный процесс, в результате которого происходят инновационные изменения структур компании, влияющих на его стоимость.

Отличительной особенностью структурной модернизации является то, что она может являться инструментом создания инновационных компаний из типичных.

Аспирантом кафедры «Оценка и управление собственностью» Финуниверситета Гусевым К.А. при проведении диссертационного исследования на основе синтеза системного и стоимостного подхода предложена классификация методов структурной модер-

низации на примере предприятий автомобилестроения и показано, что структурная модернизация может успешно применяться как инструмент повышения стоимости. Ниже представлена классификация методов структурной модернизации по подсистемам компании (см., например, [1]):

1) Ментальная подсистема: 1.Выбор социального типа коллектива. 2.Методы управления кадрами.

2) Культурная подсистема: 1.Выбор степени однородности организационной культуры. 2.Выбор степени прогрессивности культуры. 3.Выбор доминирующей модели в культуре предприятия. 4.Переход от одной модели культуры к другой.

3) Институциональная подсистема: 1.Выбор соотношения между формальными и неформальными нормами. 2.Выбор соотношения между регулятивными и конструктивными институтами. 3.Выбор степени плотности, жесткости, связности внутрифирменной институциональной среды.

4) Когнитивная подсистема: 1.Выбор методов создания, привлечения, концентрации знаний. 2.Выбор формы хранения знаний. 3.Методы распространения знаний.

5) Производственно-технологическая подсистема: 1.Методы реструктуризации имущественного комплекса. 2.Методы управления непрофильными активами предприятия. 3.Выбор технологического типа предприятия. 4.Выбор источников обновления технологии.

6) Организационно-управленческая подсистема: 1.Выбор типа управления. 2.Методы выбора организационной структуры управления. 3.Методы выбора управленческой структуры.

7) Организационно-экономическая подсистема: 1.Методы оптимизации и реструктуризации бизнес-единиц.

8) Имитационная и историческая подсистемы: 1.Выбор объектов имитации (ситуационных доноров). 2.Выбор критериев отбора используемых для имитации ситуаций. 3.Формирование запасов кейсов. 4.Методы бенчмаркинга.

Данные методы могут быть успешно использованы для любой инновационной компании.

Основные выводы:

1) Инновационные компании с одной стороны, обеспечивают инновационные процессы в экономике, с другой – непосредственно производят инновационные продукты и услуги.

2) Методы управления стоимостью инновационных компаний должны базироваться на традиционных методиках с поправкой на их специфические особенности.

3) Структурная модернизация является перспективным подходом управления стоимостью инновационных компаний.

4) Финансово-стоимостной механизм повышения стоимости актуален не только для инновационных компаний, но и для компаний, становящихся на инновационный путь развития.

## Литература

1. Гусев К.А. Построение модели структурной модернизации российских автомобилестроительных предприятий на примере ОАО «КАМАЗ». // Предпринимательство. – 2013. – №6'13.

2. Игнатов Е.В. Особенности стоимостной оценки высокотехнологичного бизнеса в современных условиях // Оценочная деятельность. - 2009. - №3.