

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВНОГО ПІДХОДУ

Оскільки управління інноваційною діяльністю підприємства є однією зі складових його загальної системи управління, доцільно зупинитися на дослідженні основних підходів, на яких може базуватися система управління сучасним підприємством. Серед таких підходів у науковій літературі з теорії управління виділяють: функціональний, процесний, системний, ситуаційний, вартісний, проектний та інші.

Серед існуючих підходів оптимальним з точки зору провадження підприємством інноваційної діяльності є використання вартісно-орієнтованого управління. Його перевага полягає, перш за все, у точному визначенні критерію оцінки результативності інновацій – за показником зростання вартості (цінності), який в сучасних реаліях функціонування вітчизняних підприємств та нерозвиненості фондового ринку є найбільш адекватним показником.

Більш того, вартісні показники, у тому числі чистий грошовий потік, дисконтована вартість грошових потоків, внутрішня норма рентабельності, є класичними інструментами порівняння та оцінки ефективності проектів в інноваційному менеджменті.

Цільова спрямованість всієї діяльності підприємства, у тому числі інноваційної, на досягнення єдиної мети – приросту вартості, спрощує процес досягнення даної цілі у довгостроковому періоді шляхом уникнення конфлікту цілей і інтересів, забезпечує узгодженість функціонування всіх підсистем підприємства, сприяє

Досліджуючи сутність вартісно-орієнтованого підходу до управління підприємством необхідно виокремити три його основні компоненти, а саме: процес створення вартості, безпосередньо управління, орієнтоване на вартість, та вимірювання вартості [1]. Перша компонента уособлює загальну сукупність факторів формування вартості, а також особливості функціонування підприємства, що впливають чи можуть вплинути на величину створюваної вартості. Компонента управління, орієнтованого на вартість, передбачає створення такої організації, корпоративної культури, способу мислення менеджменту тощо, які б

забезпечували найкраще досягнення цілей, що ставляться у вартісно-орієнтованому управлінні. Третя компонента – вимірювання вартості – включає методику оцінки вартості, конкретизацію цільового показника, а також врахування ймовірної динаміки зміни внутрішніх і зовнішніх умов функціонування.

Подальший розвиток концепції вартісно-орієнтованого управління відбувався під впливом теорії зацікавлених сторін (стейкхолдерського підходу). Відповідно до нього, в управлінні діяльністю підприємства недоцільним є зосередження виключно на інтересах однієї групи – власників (акціонерів) підприємства, адже його функціонування включає взаємодію і з багатьма іншими зацікавленими особами, від врахування інтересів яких залежить стабільність розвитку підприємства у довгостроковій перспективі. В сучасних умовах метою підприємства повинно бути не лише забезпечення зростання добробуту власників, але й дотримання суспільних інтересів, тобто формування моделі соціально відповідального бізнесу.

В концепції вартісно-орієнтованого управління дані постулати привели до розуміння того, що вартість повинна створюватися для всіх зацікавлених сторін, тобто як фінансових, так і нефінансових стейкхолдерів [2]. При цьому, з позиції нефінансових стейкхолдерів вартість може розглядатися як у вигляді прямих (економічних) вигод щодо отримання миттєвих виплат, так і непрямих (неекономічних) або відкладених у часі вигод [3].

Таким чином, основні засади вартісно-орієнтованого підходу до управління підприємства цілком відповідають сучасним тенденціям розвитку загальної теорії управління, узгоджуючись з концепцією стратегічного управління та теорією зацікавлених сторін. Це забезпечує передумови для цілком успішного застосування вартісно-орієнтованого підходу і в управлінні інноваційною діяльністю підприємства.

1. Сотніков А.В. Еволюція концепції вартісно-орієнтованого управління / А. В. Сотніков // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку : [збірник наукових праць] / відповідальний редактор О. С. Кузьмін. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. – С. 252-257.

2. Ситник Г.В. Цільова функція підприємства : еволюція концепцій та сучасні погляди / Г.В. Ситник // Проблеми економіки. – 2013. – № 1. – С. 243-254.

3. Ивашковская И.В. Стейкхолдерский подход к управлению, ориентированному на приращение стоимости [Электронный ресурс] / И.В. Ивашковская // 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).

Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: збірник тез доповідей
VIII Міжнародної науково-практичної конференції, 25-26 вересня
2014 року. – Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2014. - С. 18-20.