

Отже, динаміку машинобудівних підприємств як проектно-об'єктних систем визначають проекти, або інноваційні процеси, які в межах світової економіки характеризуються значною інтенсифікацією, прискоренням темпів зростання, а це означає, що продукт ще успішно продається на ринку з неабиякою прибутковістю, а у виробництво вже запускається новий продукт — замінник попереднього.

На українських підприємствах машинобудування динаміка інноваційних процесів кардинально відрізняються від зазначеної. Відмітимо лише, що за даними Держкомстату України, частка інноваційно-активних підприємств серед промислових протягом останніх трьох років коливалась на рівні 8—10 %, при цьому, за методикою розрахунку, до зазначеного показника включаються: діяльність підприємства, пов'язана з упровадженням як технологічно нових, так і значно технологічно удосконалених продуктів (продуктові інновації) і процесів (процесові інновації), а також придбання нових технологій, які використовуються для реалізації технологічних інновацій, ураховуючи придбання підприємством: виключних майнових прав власності на винаходи, корисні моделі, промислові зразки; ліцензій, ліцензійних договорів на використання об'єктів; комерційних таємниць; проектів; технологій у розукомплектованому вигляді; товарних знаків; інших інжинірингових, консалтингових послуг; придбання прогресивних машин, устаткування та інших засобів виробництва та обладнання, ураховуючи інтегроване програмне забезпечення, необхідних для упровадження нових чи вдосконалених технологічних процесів, машин та обладнання, які не вдосконалюють виробничі потужності, але необхідні для випуску нової продукції.

В умовах динамічного процесу зміни технологій та продуктів вважаємо відповідність (або навіть випередження) інтенсивності нововведень одним із визначальних факторів успіху підприємств машинобудування, показник якого, на жаль, знаходиться на занадто низькому рівні, а беручи до уваги методику розрахунку показника інноваційної активності, можемо констатувати неприпустимо низький його рівень.

УДК: 658

А. Д. Коваленко, студент 5-го курсу,
факультету економіки та управління,
науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Рєпіна І. М.,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Доповідь присвячена огляду концептуальних підходів до управління вартістю підприємства та факторів впливу на неї. Наведено результати аналізу принципів управління вартістю. Обґрунтовано формування системи показників для врахування чинників управління вартістю підприємства на основі запропонованих концептуальних підходів.

Short story dedicate to examination about approach of value based manadgment and factor which have influence on value. The system of formation indicator was be reasoned as quotient of value based manadgment.

У ХХІ столітті українські компанії усе активніше інтегруються у світове господарство та вступають у конкурентні відносини із західними фірмами. Для успішного рішення завдань підвищення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств їхнім керівникам необхідно швидко пристосовуватися до умов зовнішнього середовища, найбільш точним критерієм ефективності менеджменту підприємства є збільшення вартості компанії для її власника.

При добре налагодженому управлінні вартістю планування та контроль результатів діяльності забезпечують керівництво достовірною інформацією і необхідними стимулами для створення нової вартості.

Управління вартістю найправильніше потрібно розуміти як союз вартісного мислення й управлінських процесів, необхідних для переведу цього мислення на мову конкретних дій. Однієї зі складових явно недостатньо для успіху. Тільки в сукупності вони можуть принести відчутний і позитивний результат.

Важливу роль в управлінні вартістю грає глибоке розуміння того, які саме параметри діяльності підприємства фактично визначають вартість бізнесу. Дані параметри називаються ключовими факторами вартості.

Концепції й моделі управління вартістю можна підрозділити на дві більші групи: балансові (або бухгалтерські) і вартісні (або ринкові). Балансові (бухгалтерські) моделі управління, незважаючи на свою простоту й «зрозумілість», не здатні відповісти на питання відносно майбутнього підприємства. Перебороти ці недоліки дозволяють економічні (ринкові) концепції й моделі управління бізнесом. Вони орієнтовані насамперед на максимізацію вартості підприємства (компанії).

Підсумовуючи все вище сказане, не можливо виділити єдиний універсальний підхід до управління вартістю, має бути створений певний логічний ланцюжок оцінювання майна та результативності

діяльності підприємства з паралельним аналізом створеної вартості та збалансованою системою управління вартості компанії в цілому. Виходячи з того, що вартість стає головним критерієм ефективності бізнесу, винагорода менеджменту повинна прив'язуватися до її зміни. Саме це дозволить розглядати управлінські рішення з погляду їхнього впливу на вартість підприємства. Таким чином, у свідомості менеджерів з'явиться нова система цінностей, спрямована на виявлення прихованих резервів збільшення вартості.

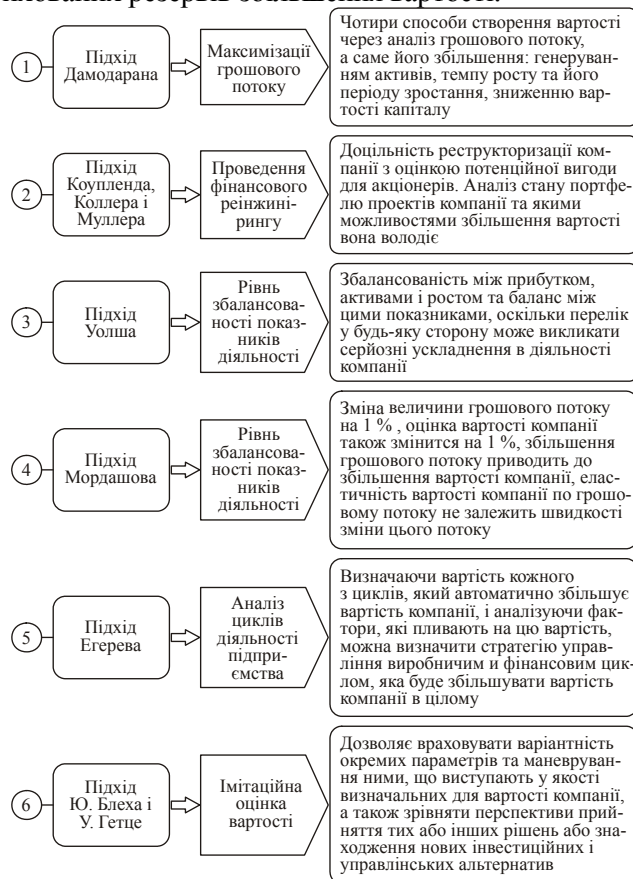


Рис. 2. Концептуальні підходи до управління вартістю (розроблено автором)