

– незначительных технических или внешних изменений в продуктах, оставляющих неизменными конструктивное исполнение и не оказывающих достаточно заметного влияния на параметры, свойства, стоимость изделия, а так же входящих в продукты материалов и компонентов;

– расширения номенклатуры продукции за счет освоения производства не выпускавшихся прежде на данном предприятии, но уже известных на рынке продуктов с целью удовлетворения текущего спроса и увеличения доходов предприятия. Новизна инноваций оценивается по технологическим параметрам, а так же с рыночной позиции. С учетом этого строится классификация инноваций.

По типу новизны для рынка инновации делятся на: новые для отрасли в мире, новые для отрасли в стране, новые для данного предприятия (группы предприятий).

По месту в системе (на предприятиях, в фирме) можно выделить инновации на входе предприятия (изменения в выборе и использовании сырья, материалов, машин и оборудования, информации и др.) и на его выходе (изделия, технологии, услуги и др.).

Авторы считают на нынешнем уровне развития постиндустриального общества наиболее рациональным путем инновационного развития предприятий их участие в аутсорсинговых производствах трансконтинентальных корпораций, реализующих максимально возможное количество передовых наукоемких технологий. При этом, появляется возможность, создав в Республике Беларусь их большое количество в различных отраслях промышленности, создавать собственные новые товары (новшества). Комбинируя и стратегически объединяя научно-технологические ноу-хау отдельных аутсорсинговых производств, появляется возможность создавать собственную интеллектуальную и промышленную продукцию в виде товаров и услуг (новшеств). При этом значительно экономятся средства на научные исследования, конструкторско-технологические разработки и инжиниринг. В результате научно-технологическое развитие предприятий возможно даже в отсутствие собственных и иностранных финансовых инвестиций, а исключительно в процессе участия в аутсорсинговых производствах.

Мальцевич В.М., к.э.н., доцент

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург, Россия

v_maltsevich@mail.ru

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ В ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Эффективное корпоративное в современном мире управление выступает одним из важнейших условий улучшения инвестиционного и делового климата в экономике любого государства. Более того, корпоративное управление и его совершенствование на микро и на макро уровнях является эффективным рычагом, способствующим интеграции бизнеса в мировую экономику. Как показывает мировая практика, эффективное корпоративное управление является источником конкурентоспособности стран.

Корпоративное управление в узком понимании представляет собой систему правил и стимулов, побуждающих управленцев компании действовать в интересах акционеров. В широком смысле корпоративное управление – это система организационно-экономических, правовых и управленческих отношений между субъектами экономических отношений, интерес которых связан с деятельностью компании. Субъекты корпоративных отношений представлены менеджерами, акционерами и другими заинтересованными лицами (кредиторы, служащие компании, партнеры компании, местные органы власти). Все участники корпоративных отношений имеют общие цели, которые можно сформулировать следующим образом:

- создание эффективной компании, обеспечивающей производство высококачественных товаров и рабочие места, а также обладающей высоким престижем и безупречной репутацией;
- увеличение стоимости материальных и нематериальных активов компании, рост котировок ее акций и обеспечение выплаты дивидендов;
- получение доступа к внешним рынкам капитала;
- получение доступа к высококвалифицированным трудовым ресурсам;
- увеличение рабочих мест и общий рост экономики.

Вместе с тем, каждый участник корпоративных отношений имеет свои интересы, и различие между ними может привести к развитию корпоративных конфликтов. В свою очередь, надлежащее корпоративное управление содействует предотвращению конфликтов, а при возникновении – их разрешению посредством предусмотренных процессов и структур. Такими процессами и структурами являются формирование и функционирование различных органов управления, регулирование взаимоотношений между ними, обеспечение равноправного отношения ко всем сторонам, раскрытие надлежащей информации, ведение бухгалтерского учета и финансовой отчетности в соответствии должными стандартами и др.

Изучение мирового опыта функционирования корпоративных образований свидетельствует о том, что основные проблемы корпоративного управления могут быть сформулированы следующим образом.

1. Несбалансированность распределения прав и ответственности между участниками деятельности корпорации и для каждого участника.
2. Неравноправие миноритарных и мажоритарных групп акционеров.
3. Столкновение двух видов прав: права, основанного на отношениях собственности, и права, основанного на трудовых отношениях.
4. Неэффективность корпоративного менеджмента.
5. Дробление, утеря целостности корпорации.

В связи с растущим интересом к корпоративному управлению появляется потребность в независимых, сопоставимых в международном масштабе оценках для сравнения эффективности корпоративного управления в различных компаниях и странах. Определение эффективности корпоративного управления остается одной из наименее исследованных областей экономической науки. Вместе с тем достоверная оценка эффективности корпоративного управления является чрезвычайно важной, так как ее результаты влияют на принятие решений субъектами экономических отношений, в том числе и потенциальными инвесторами.

Исследование теории и практики в области оценки эффективности корпоративного управления свидетельствует о наличии различных методов ее определения. С точки зрения используемого механизма определения эффективности их можно объединить в две группы: качественные и количественные.

К группе качественных методов оценки эффективности корпоративного управления относится сравнительный метод и методы оценки риска корпоративного управления.

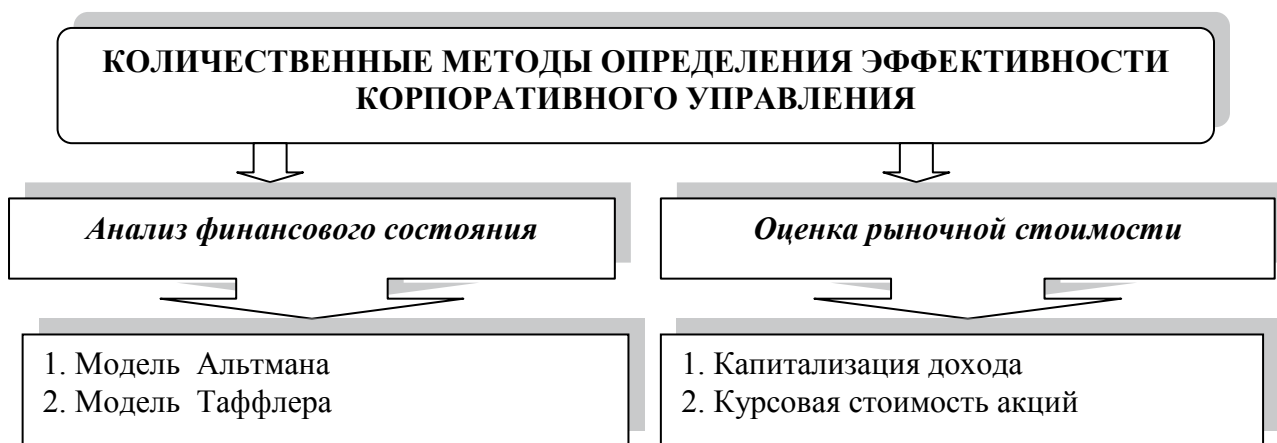


Рис. Количественные методы оценки эффективности корпоративного управления

Количественные методики оценки эффективности корпоративного управления основаны на анализе финансового состояния корпорации и оценке рыночной стоимости (рис). Сложность адекватной оценки финансовой деятельности корпорации, прежде всего, связана с различными экономическими интересами субъектов корпоративных отношений. При использовании метода анализа финансового состояния предполагается, что эффективная финансово-хозяйственная деятельность корпорации и есть подтверждение эффективности корпоративного управления. При этом ключевым моментом в оценке финансового состояния становится расчёт вероятности банкротства.

Среди методик оценки вероятности банкротства принято выделять методы, основанные на анализе финансовых данных, предполагающие использование Z-коэффициента Альтмана и коэффициента Таффлера. Мировой опыт свидетельствует о том, что количественные методы оценки эффективности корпоративного управления, основанные на анализе финансового состояния, становятся все более актуальными. Анализ финансового состояния компании проводится путем оценки вероятности банкротства при помощи двухфакторной модели Альтмана и определения финансовой устойчивости компании посредством модели Таффлера. Использование вышеуказанных методик для оценки эффективности корпоративного управления в Республике Беларусь будет не всегда адекватно отражать реальную ситуацию в силу того, что процесс перехода отечественных предприятий на международные стандарты финансовой отчетности находится на начальном этапе. Среди отечественных ученых следует отметить исследования профессора Савицкой Г.В., которая при помощи корреляционного и многомерного факторного анализа разработала дискриминантную факторную модель диагностики риска банкротства сельскохозяйственных предприятий. В Российской Федерации попытка разработки адаптированных методик диагностики возможного банкротства, предназначенные для российских предприятий, была предпринята такими учеными как О.П. Зайцева, Р.С. Сайфуллин и Г.Г. Кадыков.

Вторая методика оценки эффективности корпоративного управления основывается на анализе рыночной стоимости компании. В данном случае существует два метода: на основе оценки капитализации дохода и на основе курсовой стоимости акций.

Метод капитализации дохода – метод оценки, применяемый в рамках доходного подхода, при котором стоимость объекта определяется путем деления текущих доходов от использования объекта на коэффициент капитализации. Необходимым условием применения метода капитализации является допущение о том, что в обозримом будущем доходы, приносимые объектом, останутся примерно на одном уровне и должны быть положительной величиной. Снижение стоимости компании означает снижение ее прибыльности либо увеличение средней стоимости обязательств (требования банков, акционеров и других вкладчиков средств). Прогноз снижения требует анализа перспектив прибыльности и процентных ставок. Условия будущего падения цены предприятия обычно формируются в текущий момент и могут быть в какой-то мере предсказаны. Повышение или понижение капитализированной стоимости компании характеризует рост или падение эффективности корпоративного управления, а увеличение или уменьшение в абсолютных и относительных показателях позволяет сопоставлять данные указанной компании с показателями других компаний, в том числе и конкурентов.

Метод оценки эффективности корпоративного управления на основе курсовой стоимости акций корпорации, заключается в сравнении курсовой стоимости акций корпорации в текущем периоде с курсовой стоимостью акций корпорации в предыдущем периоде. Снижение курсовой стоимости акций компании означает снижение эффективности корпоративного управления. Сдерживающим фактором для применения этих методов при оценке эффективности корпоративного управления является недостаточная развитость рынка ценных бумаг, а также отсутствие исходных данных, так как акции лишь небольшого числа отечественных компаний котируются на биржах.

Таким образом, рассмотренные методы количественной оценки эффективности корпоративного управления свидетельствуют о различных подходах к указанной проблеме. Благодаря различным методам оценки корпоративного управления, можно по-разному посмотреть на практику управления в одних и тех же компаниях. И если по итогам одного рейтинга компания является лидером, то по другому, вполне возможно, все будет иначе. Следует отметить, что методы оценки эффективности корпоративного управления, которые были заимствованы на Западе, не всегда оказываются эффективными в отечественной практике оценки корпоративного управления. Сложность использования алгоритма зарубежных методик при оценке эффективности корпоративного управления в Республике Беларусь, на наш взгляд, связана с тем, что они применимы только к предприятиям с эффективно действующими механизмами корпоративного управления, а также с несоответствием отечественных корпораций требованиям зарубежных оценщиков к прозрачности информации и неразвитостью институтов поддержки корпоративного управления.

Носко Н.В.,

Брестский государственный технический университет, г. Брест, Республика Беларусь
xana1998@mail.ru

ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ В ФОРМЕ НИОКР В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Одной из задач стратегического менеджмента организации является управление инновациями в ней, прежде всего посредством решений по отбору проектов и распределению ресурсов. При этом необходимо обеспечить комплексный процесс принятия решений от верхнего уровня менеджмента до уровня управления НИОКР.

В промышленности наиболее важная часть инноваций реализуется в форме НИОКР. Как правило, это наиболее общий, сложный по организации и важный по значимости тип инновации [3].

Инновационная деятельность (НИОКР и внедрение их результатов в производство) является одной из основных сфер деятельности любой производственной организации. Сфера НИОКР непосредственно связана с маркетингом организации, причем эта связь двухсторонняя. Подразделения НИОКР должны опираться в своей деятельности на маркетинговые исследования запросов и состояния рынка и, следовательно, можно сказать, что они должны работать по заданию служб маркетинга. С другой стороны, отслеживание тенденций научно-технического прогресса, прогнозирование и собственно разработка новых изделий требуют постановки со стороны подразделений сферы НИОКР задач маркетинговым службам по проведению соответствующей оценки рыночного потенциала новых изделий [1].

Задачей НИОКР является создание новых изделий (или услуг), которые будут являться основой производственной деятельности организации в будущем.

В большинстве случаев управление НИОКР (прогнозирование, планирование, оценка проектов, организация и комплексное управление, контроль за ходом НИОКР) стратегически более важная задача, чем собственно исполнение НИОКР (важнее определить правильное направление движения, чем сосредоточиться на конкретных шагах в этом направлении) [2].

НИОКР и управление ими (инновационный менеджмент) тесно связаны с общей теорией и практикой менеджмента организации, маркетингом, производственным менеджментом, логистикой, стратегическим менеджментом, финансовым менеджментом организации.

При всем разнообразии подходов к организации и управлению НИОКР организации опираются на небольшое число проверенных практикой принципов [2,6].