

## **Секция «Государственное и муниципальное управление»**

**Стратегическое управление инновационной компанией, ориентированное на  
рост стоимости**

***Пиндюрина Ирина Евгеньевна***

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет  
государственного управления, Москва, Россия*

*E-mail: leggy@list.ru*

Необходимость интеграции стоимостного и стратегического подходов к управлению инновационной компанией обусловлена спецификой функционирования инновационных организаций, заключающейся в высокой степени изменчивости внешней среды, а также в значительной роли нефинансовых факторов в формировании и росте стоимости такой организации.

Введение категории «фундаментальной стоимости» позволяет наиболее полно отразить все аспекты деятельности инновационной компании, оценить ее потенциал и перспективы развития [5].

Под стратегией инновационной компании в данной работе понимается план управления компанией, направленный на усиление ее конкурентного потенциала и рост фундаментальной стоимости.

К методам разработки стратегии инновационной компании, помимо разнообразных матриц портфельного анализа, относится технологический аудит, позволяющий оценить текущее технологическое состояние и перспективы развития инновационной компании. Важным инструментом при проведении технологического аудита является бенчмаркинг, направленный на повышение конкурентоспособности компании с ориентацией на лидера.

В качестве особой технологии реализации стратегии, ориентированной на рост фундаментальной стоимости инновационной компании, можно рассматривать реинжиниринг бизнес-процессов.

Интеграция сбалансированной системы показателей в систему стратегического управления инновационной компанией позволяет учитывать нематериальные факторы фундаментальной стоимости, в частности, степень реализации интеллектуального потенциала компании.

Важную роль в формировании и росте фундаментальной стоимости инновационной компании играет качество корпоративного управления, отражающее систему взаимоотношений как внутри компании, так и с внешней средой.

Таким образом, стратегическое управление инновационной компанией должно быть направлено на рост фундаментальной стоимости, следовательно, при разработке и реализации стратегии инновационной компании следует ориентироваться на реализацию ее конкурентного потенциала, выстраивание эффективной системы внутренних и внешних взаимоотношений, удовлетворение интересов всех заинтересованных сторон.

### **Литература**

1. Андерсен Б. Бизнеспроцессы. Инструменты совершенствования: Пер. с англ. / Науч. ред. Ю.П. Адлер. М.: РИА "Стандарты и качество". 2003.

2. Баранчеев В.П. Управление инновациями: учебник / В.П. Баранчеев, Н.П. Масленникова, В.М. Мишин. М.: Юрайт. 2011.
3. Блинов А.О., Рудакова О.С., Захаров В.Я., Захаров И.В. Реинжиниринг бизнес-процессов. М.: Юнити-Дана. 2012.
4. Голубева Т.Г., Елисеев О.Н. Бенчмаркинг, как эффективный инструмент управления организацией // Качество. Инновации. Образование. 2002. №1. С. 60-62.
5. Кудина М.В. Теория стоимости компании. М.: ИД «ФОРУМ» - ИНФРА-М. 2010.
6. Наумов О.И. Стратегия, направленная на увеличение стоимости компании: проектирование и реализация // Российское предпринимательство. 2010. № 1 Вып. 1 (150). С. 48-52.
7. Пильнов Г., Тарасова О., Яновский А. Как проводить технологический аудит. Проект EuropeAid «Наука и коммерциализация технологий». 2006.
8. Сурин А.В., Молчанова О.П. Инновационный менеджмент: Учебник. М.: ИНФРА-М. 2009.