

ЗБАЛАНСОВАНА СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ЯК КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОМУ ОБЛІКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Серед стратегічних концепцій управлінського обліку, що безпосередньо використовують окремі панелі стратегічних показників матеріального (фінансового, монетарного), а також нематеріального (нефінансового, немонетарного) характеру для внутрішнього інноваційного бізнес-процесу, найвідомішою – є збалансована система показників (Balanced Scorecard, BSC) Роберта Каплана та Дейвіда Нортона [1-4].

В першу чергу, – це система стратегічних показників, що згруповані у складові (перспективи): фінанси, клієнти, внутрішні бізнес-процеси, навчання та розвиток персоналу, що відображає реалізацію стратегічних цілей, спрямованих на створення вартості (капіталу) підприємства за ланцюгом цінності. Також дана концепція має панелі інструментів для визначення впливу нематеріальних (нефінансових, немонетарних) факторів створення вартості та досягнення стратегічних результатів, що характеризують людські ресурси (панелі навчання й розвитку), стосунки з клієнтами й поведінкою на ринку (панель клієнти та ринки). Крім того усі означені характеристики інноваційної діяльності можуть бути представлені у вартісному (грошовому) та кількісно-якісному вимірниках.

Дана система складається з показників досягнення стратегічних результатів (відстрочені (пізні) показники або результати діяльності), що характеризують кінцеві стратегічні цілі, а також показників, що є факторами їх досягнення (випереджаючі (ранні) показники або фактори діяльності). Останні, одночасно, є нематеріальними (нефінансовими, немонетарними) факторами створення вартості, що впливають на вартість капіталу раніше, ніж матеріальні (фінансові, монетарні) та характеризують ефективність дій усіх учасників господарських процесів.

Означені фактори створення вартості (нематеріальні активи за Р. Капланом і Д. Нортоном), визначається цими науковцями як основне джерело її стійкого зростання [3, с. 35-36]. Дані фактори знаходять своє відображення у показниках факторів досягнення стратегічних результатів складової (перспективи) навчання та розвиток персоналу як випереджаючі (ранні) індикатори, що описують як працівники, технології та загальна атмосфера забезпечують реалізацію стратегічних цілей [3, с. 36]. Саме ці фактори, що відомі в наукових дослідженнях як інтелектуальний капітал (нематеріальні ресурси або нематеріальні активи), поділені цими науковцями на три категорії: людський капітал (вміння, талант, знання співробітників); інформаційний капітал (бази даних, інформаційні системи, мережі і технології); організаційний капітал (культура, лідерство, відповідний персонал, робота в команді, а також управління знанням) [3, с. 41].

Даний підхід знайшов відображення й у роботі Петера Хорвата [5, с. 197], де ним до груп нематеріальних (нефінансових, немонетарних) факторів віднесені – імідж, кваліфікація, якість, мотивація, а до груп матеріальних (фінансових, монетарних) факторів – оптимізація використання активів, інвестиції на розширення бізнесу, ціноутворення.

Де останні – це обліково-аналітичні дані щодо господарських засобів й джерел їх утворення, а також доходів, витрат та інвестицій. А перші – це переважна частина нематеріальних ресурсів (інтелектуального капіталу), що за умов неможливості їх вимірювання у вартісних (грошових) одиницях не знайшла відображення на рахунках бухгалтерського обліку. Але саме дана група факторів, що відображається у кількісно-якісних вимірниках, за Р. Капланом і Д. Нортоном, «має цінність втілювати стратегію в

життя» [3, с. 41].

Крім того ланцюг створення цінності (вартості), що розглядається в роботах Р. Каплана і Д. Нортон як внутрішні бізнес-процеси, що створюють та надають пропозиції цінності клієнтам та включають: інноваційний процес, операційний процес, процес післяпродажного обслуговування [1-4]. Наявність же у ланцюгу створення цінності (вартості) саме інноваційного процесу, як вже зазначалось раніше, – є довгою хвилею створення вартості, що підкреслювали самі засновники збалансованої системи показників. Так вони зазначають, що інноваційний процес передбачає визначення та вивчення нових ринків, нових споживачів, їх наявні й скриті вподобання, подальшу розробку й розвиток нового продукту, який дозволяє освоювати новий ринок й нових клієнтів та задовольняти їх попит [1, с.74].

На нашу думку, елементами структури інноваційного процесу як довгої хвилі створення вартості (ланцюга цінності), необхідно вважати його стадії, які ураховують зміст окремих операцій та форму готового інноваційного продукту на її виході. Готовий інноваційний продукт, за бухгалтерською оцінкою існує, або у формі витрат на дослідження й розробку, або у формі капітальних інвестицій на створення нематеріальних активів – відповідно, або негативний, або позитивний результат створення інновації, що підлягає комерціалізації за обраним інноваційним проектом. Узагальнюючи зарубіжний та національний досвід [6] до стадій інноваційного процесу як ланцюга цінності необхідно відносити: виникнення ідеї нового продукту, розробка технології виробництва нового продукту, створення прототипу нового продукту; виробництво нового продукту, просування нового продукту на ринок, зміцнення ринкових позицій нового продукту.

Отже система стратегічних показників інноваційної діяльності вимагає більш глибокого підходу щодо її формування. Таким підходом, на нашу думку, є процесно-модульний підхід, що передбачає поступове виділення стратегічних показників за стадіями інноваційного процесу та їх групування у модулі (блоки) за однорідними характеристиками у якості стратегічних результатів та факторів їх досягнення у розрізі складових (перспектив) збалансованої системи показників.

Означене забезпечить функціональне використання кожного модулю (блоку) стратегічних показників як за окремою стадією інноваційного процесу, так і у цілому, в залежності від типу запровадженого інноваційного проекту. Що в умовах інтелектуалізації суспільного виробництва, забезпечить зростаючі інформаційні потреби управління відкритою інноваційною системою підприємства, що розглядається з позицій конкурентних переваг, сприйнятливості суспільства до інновацій, стратегії інноваційного саморозвитку та розвитку людського потенціалу.

1. Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Р. Каплан, Д. Нортон; [пер. с англ.]. – М.: Олимп Бизнес, 2003. – 214 с.

2. Каплан Р. Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие Сбалансированную систему показателей / Р. Каплан, Д. Нортон; [пер. с англ.]. – М.: Олимп – Бизнес, 2004. – 392 с.

3. Каплан Р. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов материальные результаты / Р. Каплан, Д. Нортон; [пер. с англ.]. – М.: Олимп–Бизнес, 2005. – 482 с.

4. Каплан Р. Стратегическое единство: создание синергии организации с помощью сбалансированной системы показателей / Р. Каплан, Д. Нортон; [пер. с англ.]. – М.: Диалектика Вильямс, 2006. – 384 с.

5. Концепция контроллинга: Управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование / Horvath & Partners; Пер. с нем. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 269 с.

6. Василенко В.О., Шматько В.Г. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник. За редакцією В.О. Василенко. – Київ: ЦУЛ, Фенікс, 2003. – 440 с.