

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ВИТЕБСКИЕ КОВРЫ»)

Хаменок А.В., маг., Коробова Е.Н., к.э.н., доц.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрен способ оценки инновационного потенциала организации. Дано понятие инновационного потенциала и его составляющих. Приведены результаты оценки инновационного потенциала на примере конкретной организации.

Ключевые слова: инновационный потенциал, составляющие инновационного потенциала, оценка инновационного потенциала.

В основе концепции выбора направлений инновационного развития промышленного предприятия лежит оценка ее потенциала как важного критерия принятия управленческого решения о возможности реализации изменений. Если ресурсы могут быть оценены как количественно, так и качественно, то возможности оценки в абсолютных показателях затруднительны. Оценка инновационного потенциала выполнена по методике Апанасевич М.В. [1].

Методика измерения инновационного потенциала должна представлять собой комбинацию расчетных и оценочных методов и основываться на динамике структурных показателей, поскольку наличие и степень развития элементов инновационного потенциала предприятия определяют текущую готовность и будущую степень эффективности освоения новых технологий.

Представление инновационного потенциала промышленного предприятия через человеческую, производственную и репутационную составляющие позволяет осуществить не только его оценку, но также более детальный анализ, облегчить планирование и контроль, выявить узкие места и, при необходимости, своевременно вносить коррективы в деятельность предприятия. Каждая составляющая инновационного потенциала включает шесть показателей, являющихся ключевыми при оценке потенциала компании. Структурные элементы человеческого, производственного и репутационного потенциала представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Структура инновационного потенциала

Источник: [1].

Уровень человеческого потенциала определяется стабильностью кадрового ядра компании, наличием в его структуре обученных мотивированных сотрудников, обладающих требуемым уровнем подготовки, квалификации, производительности их труда и размером

инвестиций, вкладываемых в развитие человеческого капитала компании.

Производственный потенциал позволяет оценить технико-технологический уровень производства, а также инновационную активность и интеллектуальное обеспечение производственной деятельности – внутреннюю составляющую интеллектуального капитала, включающую в себя такие показатели, как объекты интеллектуальной собственности и производственный капитал компании.

На формирование репутационного потенциала оказывает влияние взаимодействие компании с другими участниками рынка. Репутационный потенциал характеризует финансовую независимость компании и ее положение на рынке, востребованность ее продукции на внутреннем рынке и за рубежом на основе показателей рентабельности продаж, внешней составляющей интеллектуального капитала – репутационного капитала и объемов экспорта продукции (в том числе инновационной). В статье Апанасевич М.В. [1] была исследована сущность интеллектуального капитала и его роль в инновационном развитии организации. При определении интеллектуального капитала была выделена его трехэлементная структура, включающая человеческий, производственный и организационный капиталы.

Алгоритм измерения будет представлять собой совокупность следующих действий:

1. Определение текущих показателей, входящих в состав отдельного потенциала.
2. Определение соответствующих показателей предыдущего периода.
3. Вычисление цепных темпов роста.
4. Сопоставление текущих показателей динамики с соответствующими показателями предыдущего периода.
5. Определение вектора направленности изменений и присвоение им баллов
6. Анализ полученных значений, выявление причин недополученных баллов.
7. Корректировка балльных значений с учетом коэффициентов весомости.

Поэтапное использование методики привело к результатам расчета, представленным в таблице 1.

Таблица 1 – Расчет инновационного потенциала ОАО «Витебские ковры»

Показатели	Балльная оценка изменений		Коэффициент весомости i-го показателя	Взвешенный балл	
	2018-2019 2019-2020	2019-2020 2020-2021		2018-2019 2019-2020	2019-2020 2020-2021
1	2	3	4	5	6
Человеческий потенциал				1,783	1,067
Коэффициент постоянства кадров	5	-1	0,138	0,69	-0,138
Производительность труда, руб./чел.	1	5	0,235	0,235	1,175
Доля сотрудников, прошедших обучение	-5	-5	0,164	-0,82	-0,82
Размер среднемесячной заработной платы, руб.	3	5	0,316	0,948	1,58
Доля инвестиций социальной направленности	5	-5	0,146	0,73	-0,73
Производственный потенциал				-5	5
Количество покупных объектов интеллектуальной собственности, шт.	-5	-5	0,000	0	0
Количество собственных объектов интеллектуальной собственности, шт.	-5	-5	0,000	0	0
Доля инновационной продукции в общем объеме произведенной продукции	-5	5	0,393	-1,965	1,965
Количество внедренных новшеств	-5	5	0,468	-2,34	2,34
Коэффициент обновления основных средств	-5	5	0,139	-0,695	0,695

Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5	6
Репутационный потенциал				-0,452	-1,43
Доля внутреннего рынка	-5	5	0,160	-0,8	0,8
Рентабельность продаж, %	5	-5	0,429	2,145	-2,145
Коэффициент финансовой независимости	-5	-1	0,285	-1,425	-0,285
Доля экспорта продукции	1	-5	0,043	0,043	-0,215
Доля инновационной продукции в экспорте	-5	5	0,083	-0,415	0,415
ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ				-3,669	4,637

Как показал расчет, инновационный потенциал ОАО «Витебские ковры» за анализируемый период существенно укрепился. Если в период 2018–2019 годов его можно отнести к кризисному, так как отсутствовали условия для успешного протекания инновационного процесса, то в 2020–2021 гг. – к хорошему, который обеспечивает устойчивость уровня инновационного развития.

Таким образом, расчет показателя инновационного потенциала дает возможность организации оперативно оценить свои возможности и готовность к реализации инновационных проектов, а также своевременно выявить «слабые места» и принять меры по их устранению, что увеличит эффективность ведения инновационной деятельности, обеспечит развитие организации и повышение ее конкурентоспособности.

Список использованных источников

1. Апанасевич, М. В. Разработка методики оценки уровня инновационного потенциала промышленного предприятия. – Цифровая трансформация, 2022. – № 28(2). – С. 5–13.

УДК 004.9:658.8

ПРИМЕНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ

Воробьева В.А., маг., Коробова Е.Н., к.э.н., доц.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрены программные продукты, которые представляют из себя способ оценки инновационного потенциала организации.

Ключевые слова: маркетинг, информационные технологии.

Процессы развития глобальных информационно-коммуникационных технологий очень динамичны в настоящее время, а их возможности для общества и экономики еще только начинают масштабно использоваться.

Компьютерные технологии в сфере маркетинга – это совокупность программно-технических средств и методов компьютерной реализации операций сбора, передачи, хранения, обработки и предоставления информации, которые выполняются в установленном порядке, обеспечивающем решение тех или иных маркетинговых задач.

Методологический аппарат составляют методы и модели решения маркетинговых задач. В качестве средств реализации компьютерных технологий применяются: технические средства обработки данных и коммуникационные средства, информационные ресурсы и средства их хранения, программные продукты, средства моделирования бизнес-процессов и информационных потоков, инструментальные средства проектирования и разработки программной сети.

Компьютерная поддержка работы маркетолога в технологическом процессе решения маркетинговых задач осуществляется путем создания специализированного автоматизированного рабочего места, оборудованного персональным компьютером,