

## ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ: ПОНЯТИЕ, СТРУКТУРА, ОЦЕНКА

Герасимов К.Б.

Понятие потенциала тесно связано со структурой целей и обычно определяется как "совокупность возможностей" предприятия. Под потенциалом предприятия принято понимать совокупность ресурсов, которые характеризуют его силу, источники, возможности, средства, запасы, способности, ресурсы и другие производственные резервы, которые могут быть использованные в экономической деятельности.

Модель потенциала предприятия определяется [1]:

- имеющимися объемами и качеством ресурсов (численностью занятых, основными производственными и непроизводственными фондами, оборотными фондами или материальными запасами, финансами и невещественными ресурсами – патентами, лицензиями, информацией, технологией);
- способностью персонала (специалистов, рабочих, вспомогательного персонала) к созданию определенной продукции, другими словами – его образовательным, квалификационным, психофизиологическим и мотивационным потенциалом;
- способностью менеджмента оптимально использовать имеющиеся ресурсы предприятия (подготовкой, талантом и профессиональной адаптацией менеджеров, умением создавать и обновлять организационные структуры предприятия);
- инновационной способностью (то есть способностью предприятия к обновлению производства, изменения технологии, других инноваций);

- информационными характеристиками (то есть способностью накапливать, обрабатывать и систематизировать информацию для ее использования);
- финансовыми характеристиками (кредитоспособностью предприятия, внутренней и внешней задолженностью и тому подобное).

Общий потенциал предприятия может быть структурированный с производственно-технологического потенциала, научно-технического потенциала, финансово-экономического потенциала, кадрового потенциала и собственно инновационного потенциала, который составляет ядро всего потенциала, органически входя в каждую его часть.

Между инновационным потенциалом и другими составляющими общего потенциала организации существуют сложные диалектические связи. Выделение части инновационного потенциала в общем потенциале промышленного предприятия является слабоструктурирующей проблемой, которая нуждается в существенных исследованиях с точки зрения возможности формализации. В связи со слабоструктурированностью можно утверждать о возможности использования методов опосредствованной формализации.

Под *инновационным потенциалом* понимается способность предприятия создавать новую стоимость путем привлечения всех его имеющихся материальных и не вещественных активов с целью его инновационного развития. В рыночных условиях инновационный потенциал формируют все ресурсы, которые обеспечивают достижение конкурентных преимуществ предприятия путем разработки и ввода инноваций. Наряду с производственным, финансовым, маркетинговым, трудовым, управленческим и коммуникационным потенциалами, инновационный потенциал играет существенную роль в экономическом росте субъектов хозяйственной деятельности [2].

Инновационный потенциал формируется из двух основных материальных и нематериальных составляющих: инновационный потенциал материальных ресурсов; интеллектуальный потенциал. Каждый из элементов инновационного потенциала имеет специфические использования целей и развития, подлежит влиянию различных факторов и в зависимости от уровня развития может быть засчитанный к сильным или слабым сторонам предприятия. Структура элементов вырабатывающих потенциал графически показана на рис. 1 [1].



Рисунок 1. Потенциалосоздающие элементы инновационной деятельности

**Оценка инновационного потенциала предприятия.** Учитывая стратегический характер решений, уровень инновационного потенциала важно оценивать с учетом особенностей внешней среды и выявлением в нем стратегических возможностей предприятия. С целью комплексной оценки уровня инновационного потенциала предприятия текущее состояние предприятия должно быть проанализировано по двум направлениям:

- посредством внутреннего анализа инновационного потенциала с учетом прошедшей, текущей и будущей стратегической позиции предприятия;
- анализ инновационного потенциала относительно текущих конкурентов в определенном отрезке времени. Такой подход позволяет определить основные отклонения инновационного потенциала относительно желаемых позиций.

Общая методологическая схема многоуровневой оценки уровня инновационного потенциала имеет такую последовательность:

1. устанавливается перечень кластер-факторов, связанных с соответствующими свойствами инновационного потенциала и строится «дерево кластер-факторов», ствол которого – уровень развития и качество инновационного потенциала в целом, а ветви, расположенные на соответствующих уровнях, более детальные его свойства;
2. в соответствии с установленным перечнем кластер-факторов и структуризацией их для разработанного «дерева кластер-факторов» устанавливаются показатели оценки потенциала;
3. согласно проведенной структуризации и иерархизации показателей оценки рассчитывается коэффициент весомости каждого показателя;
4. избирается база сравнения уровня инновационного потенциала, за которую может быть взят инновационный потенциал исследуемого предприятия за предыдущий период или инновационный потенциал ближайшего в стратегической группе конкурента;
5. проводится сравнительный анализ посредством метода средневзвешенной рассчитываем показатель роста инновационного потенциала (или показатель уровня инновационного потенциала) исследуемого предприятия;

6. на основании полученных данных делается вывод относительно уровня инновационного потенциала. Результаты оформляются соответствующим образом в удобной для реализации поставленной цели форме.

**Расчет уровня инновационного потенциала.** Определяем величину показателя роста инновационного потенциала исследуемого объекта за такой формулой:

$$(1) \Delta\Pi_t = \sum_{i=1}^n \left( \frac{O_i^o}{O_i^b} \times B_i \right),$$

где  $\Pi_t$  – показатель роста инновационного потенциала исследуемого предприятия за период времени;

$O_i$  – оценка  $i$ -го показателя инновационного потенциала исследуемого объекта (в баллах);

$O_i^o$  – оценка  $i$ -го показателя инновационного потенциала базы сравнения (в баллах);

$B_i$  – коэффициент весомости  $i$ -го показателя (в % или относительных величинах).

Отметим, что посредством формулы (1) можно рассчитать:

показатель роста инновационного потенциала конкретного предприятия, исходя из изменения этого потенциала во времени, при этом за базу сравнения принимают инновационный потенциал предприятия за предыдущий период времени (год, 5 лет);

показатель уровня инновационного потенциала предприятия исходя из потенциала конкурента, при этом за базу сравнения принимают инновационный потенциал ближайшего в стратегической группе конкурентного предприятия.

Используя показатель прироста инновационного потенциала предприятия, можно оценить интенсивность инновационного развития предприятия, рассмотрим показатель интенсивности инновационного развития:

$$(2) I_{ip} = \frac{\Delta\Pi}{\Delta T},$$

где  $I_{ip}$  – показатель интенсивности инновационного развития предприятия, 1/год;

$\Delta T$  – период расчета интенсивности инновационного развития, годы.

Показатель интенсивности инновационного развития предприятия показывает величину прироста его инновационного потенциала за один год (или другую единицу времени).

Рассматривая инновационный потенциал подпроцессов операционного менеджмента (управление портфелем заказов, управление поставкой ресурсов, управление запасами и др.), автор остановился на описании инновационного потенциала управления портфелем заказов (табл. 1).

Инновационный потенциал *управления портфелем заказов*, был расписан по функциям управления: нормирование, прогнозирование, планирование, организация, учет, анализ, контроль, регулирование. При этом было определено низкое и высокое состояние данного подпроцесса по выбранным функциям управления.

Таблица 1. Управление портфелем заказов

Наименование функции управления	Низкое состояние	Высокое состояние
Нормирование	Определение объема портфеля заказов, исходя только из максимально и минимально возможной загрузки оборудования	Определение объема портфеля заказов ведется на основании учета данных о возможностях использования основных фондов, производственных мощностей, ресурсов, капитала. При определении минимального уровня рассчитывается точка безубыточности
Прогнозирование	Определение объема портфеля заказов представляет собой долю рынка предприятия, умноженную на число потребителей данного продукта/услуги	Определение количества заказов представляет собой долю рынка предприятия на целевом рынке предприятия, умноженную на число потребителей, входящих в целевой рынок. При расчете объема портфеля заказов учитывается средний объем заказов

		одного клиента исходя из доходов заказчиков, количественной потребности в продукте, частоте использования
Планирование	Показатели планирования совпадают с показателями прогнозирования без дополнительной корректировки	Плановые показатели достаточно высокие, превышают показатели прогнозирования, и требуют приложения значительных усилий для достижения, максимально эффективного использования основных средств
Организация	Работе с клиентами не уделяется должное внимание. Длительное время от заказа до его реализации. Недостаточно эффективная программа мотивации либо ее отсутствие	Создание эффективной рекламы с четкой целевой направленностью, клиентоориентированный подход к бизнесу. Индивидуальный подход к каждому клиенту. Быстрота выполнения заказа.
Учет	Фиксация объема новых заказов по количественному признаку	Учет операционных мощностей, ресурсов по количественному и качественному признакам
Анализ	Представление о тенденциях, не раскрывая причин	Комплексное изучение рынка продукции, собственной конкурентоспособности, поведения потребителя. Изучение отклонений от плана раскрывает причины и характер причин
Контроль	Определение правильности расчета показателей работы предприятия	Расчет показателей работы предприятия, для того чтобы избежать перегрузок и убыточности. Выполняется оценка возможного выполнения плана
Регулирование	Корректировка работы производится как результат чрезвычайных происшествий, убыточности предприятия из-за невыполнения плана	Корректировка работы производится при любом невыполнении плана, с появлением новых методик, технологий работ, при изменении ситуации на рынке

Подобная группировка дала возможность разрабатывать инновации не для каждой отдельной операции, а для конкретной функции управления, что сделало работу более структурированной и простой для реализации на практике.

### *Список использованных источников*

1. Брукинг Э. Интеллектуальный потенциал: ключ к успеху в новом тысячелетии: пер. с англ. / Э. Бругинг. – СПб.: Питер, 2001. – 288 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – СПб.: Питер, 2008. – 448 с.

## **АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОАО “АВТОВАЗ”**

**Горлач Б. А., Болдырев М.А.**

В последнее десятилетие иностранные автопроизводители начали активно проникать на российский рынок путем расширения дилерских сетей, открытия сборочных производств (в Калининграде, в Санкт – Петербурге и др.), что существенно сократило, а в некоторых случаях и вовсе ликвидировало ценовой разрыв между отечественными и иностранными автомобилями соответствующих классов. Ситуация на российском автомобильном рынке изменилась не в пользу отечественных автозаводов и ОАО “АВТОВАЗ” как крупнейшего из них. Предприятие столкнулось с необходимостью поиска новых конкурентных преимуществ своей продукции как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

В связи с этим, целью работы является анализ финансовой устойчивости ОАО “АВТОВАЗ”.

Для достижения поставленной цели проанализирована динамика прибыли предприятия, а также основных показателей его финансовой устойчивости в предкризисный период (2004 – 2007 гг).

### **Прибыль предприятия**

Проанализируем изменение чистой прибыли предприятия и прибыли от продаж за 2004 – 2007 годы с учетом инфляции. Для оценки темпов инфляции использованы данные, приведенные в [5].