

наукоемкие продукты играют существенную роль в экономике тех же США.

Группы отраслей, имеющих, с одной стороны, высокий уровень расходов на НИОКР, а с другой — высокие темпы экономического роста, можно условно называть отраслями высокотехнологического роста.

Однако «автоматическое» отнесение конкретных компаний-производителей к категории высокотехнологических, опираясь лишь на классификационные коды, не всегда целесообразно, поскольку средний показатель по отрасли (по группе продуктов) в целом не отражает индивидуальный уровень компании, выпускающей продукцию, относящуюся к соответствующему коду. Кроме того, усилия исследовательских подразделений могут быть направлены не на радикальные технологические инновации, а на усовершенствование и модернизацию выпускаемого товара. Указанная деятельность также может быть достаточно затратной, но компания, которая занимается, например, модернизацией упаковки или адаптацией продукта к разным рынкам и с этой целью тратит существенные бюджеты на исследования и разработки, сложно назвать высокотехнологической, хотя, безусловно, она является инновационной, а ее производство — наукоемким.

Таким образом, определение статуса высокой технологии и продукции, изготовленной на ее основе, только на основе принадлежности к конкретному товарному или отраслевому коду, а не на основе оценки вовлеченности конкретной компании в разработку новых технологий, материалов и продуктов, может привести к серьезным искажениям: отдельные производства могут быть необоснованно включены в состав высокотехнологических, другие так же необоснованно исключены.

*Г.А. Щербич, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Одним из наиболее существенных элементов системы инновационного процесса является инновационный потенциал предприятия, отражающий способность к совершенствованию и определяющий техническое лидерство.

Инновационный потенциал предприятия может быть оценен на основе следующих параметров: производственно-технологический, кадровый, информационный, финансовый, научно-технический, организационный, управленческий, инновационная культура, потребительский. Каждая составляющая инновационного потенциала оценивается показателями:

1) производственно-технологический потенциал рекомендуется оценивать следующими показателями: коэффициент прогрессивности и мо-

дернизации оборудования; удельный вес оборудования со сроком эксплуатации до 10 лет; количество инновационных мероприятий;

2) кадровый потенциал определяют следующие показатели: доля персонала, задействованного в инновационных проектах предприятия; доля научно-технических специалистов в общей численности персонала; квалификационный уровень научно-технических специалистов; доля работающих, прошедших профессиональную подготовку;

3) информационный потенциал оценивается следующими показателями: совокупность информации по инновациям, наличие научно-технической, правовой литературы; инновационные возможности в области коммуникации; система защиты информации и др.;

4) оценка финансового состояния предприятия производится на основе следующих показателей: платежеспособность; кредитоспособность; финансовая устойчивость; уровень рентабельности активов и собственного капитала; инвестиционные риски; затраты на НИОКР в общем объеме затрат на производство;

5) для оценки научно-технического потенциала рекомендуется использовать следующие показатели: средняя продолжительность разработки одного новшества; результативность освоения (внедрения) новшеств; количество направлений, по которым осуществлены научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы; вес инновационной продукции в общем объеме производства;

6) при анализе организационной составляющей инновационного потенциала оцениваются следующие показатели: конфигурация (звенья, диапазон и уровни управления); качество внутренних и внешних, вертикальных и горизонтальных, прямых и обратных связей; разделение прав и ответственности по звеньям;

7) управленческий потенциал включает: организационную структуру и систему менеджмента; систему стратегического и тактического планирования; общую организованность; модели корректировки на этапах развития; методы и порядок контроля;

8) для оценки инновационной культуры следует использовать качественные и количественные параметры: коммуникативная система и язык общения; система мотивации; модели наставничества; восприятие сотрудниками ценностей компании как своих собственных;

9) потребительский потенциал предлагается оценивать по следующим показателям: объем реализации продукции в стоимостном выражении и ассортименте; основные поставщики сырья, потребители продукции; основные рынки сбыта, остатки готовой продукции на складе в стоимостном и натуральном выражении; максимальный и минимальный пределы цен выпускаемой продукции; конкурентная стратегия.

При исследовании инновационного потенциала предприятий предложенную методику рекомендуется дополнить серией анкет, предназначенных для выяснения факторов, препятствующих развитию инновационной деятельности, сбора предложений по улучшению инновационной инфраструктуры.