

**Формирование инновационного потенциала транспортного предприятия***Formation of innovative potential of transport enterprise*

**Комчатных Елена Викторовна**, магистр экономических наук, старший преподаватель  
кафедры экономики Национального транспортного университета

**Komchatnykh Olena**, Master of Economic sciences, senior lecturer  
of the Department of Economics of National Transport University

**e-mail:** komchatnykh@ntu.edu.ua

**Аннотация**

В статье рассмотрены существующие в научной литературе подходы к определению сущности инновационного потенциала предприятия. Дано авторское определение исследуемой категории с точки зрения ресурсно-целевого подхода. Раскрыта роль материальных и нематериальных активов в формировании инновационного потенциала предприятия. Дана характеристика основных составляющих элементов инновационного потенциала транспортного предприятия. Определено место и значение инновационного потенциала в общем потенциале предприятия. Раскрыта связь инновационного потенциала с остальными составляющими общего потенциала предприятия. Приведена авторская классификация факторов, влияющих на инновационный потенциал транспортных предприятий. Раскрыта взаимосвязь внешних и внутренних факторов влияния.

**Ключевые слова:** инновации, инновационный потенциал, транспортное предприятие, факторы влияния, активы предприятия.

**Abstract**

In the article, the approaches existing in the scientific literature to determine the essence of innovative potential of an enterprise are considered. The author's definition of the research category from the point of view of the resource-target approach is given. The role of material and intangible assets in the formation of the innovative potential of the enterprise is disclosed. The characteristics of the basic components of the innovative potential of the transport enterprise are given. The place and importance of innovative potential in the overall potential of the enterprise are determined. The connection of the innovative potential with the rest of the overall potential of the enterprise is revealed. The authors' classification of the factors influencing the innovative potential of transport enterprises is given. The relationship between external and internal factors of influence is revealed. Specific sectoral and regional factors of influence on innovative activity of transport enterprises are determined. The priority to the consideration of internal factors in assessing the innovative potential of the enterprise is given.

**Keywords:** innovations, innovative potential, transport enterprise, factors of influence, assets of the enterprise.

Поступила в редакцию / Received: 11.05.2018

Web: <http://elibrary.miu.by/journals/item/eui/issue.1/article.10.html>

**Введение**

Глобализация, динамическое развитие международной торговли и интенсивный рост обмена товарами приводят к значительному развитию транспортных услуг. Современная экономика ставит перед транспортом все больше задач, связанных с увеличением объемов перевозок, улучшением уровня обслуживания клиентов, повышением безопасности перевозок, снижением стоимости, повышением гибкости и эффективности транспортной деятельности. Традиционные методы конкурентной борьбы становятся недостаточными и не приносят желаемых результатов, а следовательно, основным конкурентным преимуществом становится способность к инновациям. Они воспринимаются как ключевой фактор успеха как на микро-, так и на макроуровнях.

Сегодня инновации являются одним из требований современности для эффективного функционирования предприятия на рынке, а также самым цен-

ным активом современного предприятия. Эта ценность связана с ролью, которую инновации играют для предприятия. Они не только помогают улучшить качество предоставляемых услуг, а также являются средством выживания и развития, реагируя на сиюминутные тенденции рынка и адаптируясь к требованиям потребителей.

**1. Сущностная характеристика инновационного потенциала транспортного предприятия**

Комплексной характеристикой способности предприятия к инновациям традиционно считается его инновационный потенциал. Это понятие является концептуальным отражением феномена инноваций. Учитывая важность развития инновационного потенциала для транспортных предприятий, возникает необходимость исследования проблемы его сущности, формирования и управления.

Исследование научной литературы показало широкий круг исследователей инновационного потенциала предприятия. Можно сказать, что существует несколько популярных подходов к определению сущности этой категории: ресурсный, результативный, целевой, ресурсно-результативный и ресурсно-целевой.

1. Ресурсный подход. Инновационный потенциал рассматривается с точки зрения совокупности ресурсов, необходимых для осуществления инновационной деятельности.
2. Результативный подход. Инновационный потенциал определяется как совокупность результатов инновационной деятельности, то есть происходит отождествление его с уже реализованным инновационным предпринимательством.
3. Целевой подход. Инновационный потенциал рассматривается как совокупность возможностей предприятия для осуществления инновационной деятельности.
4. Ресурсно-результативный подход. Инновационный потенциал определяется как совокупность ресурсов, используемых предприятием в процессе его инновационной деятельности и ее результатов.
5. Ресурсно-целевой подход. Инновационный потенциал рассматривается с точки зрения наличия необходимых ресурсов для инновационной деятельности и возможностей для их использования предприятием.

Еще совсем недавно большинство ученых склонялись к ресурсному и ресурсно-результативному подходам при определении сущности инновационного потенциала. Однако теперь все больше исследователей предпочитают целевой и ресурсно-целевой подходы. Такое смещение акцентов можно объяснить диалектической связью между инновациями и инновационным потенциалом – развитие концепции инновационного потенциала происходило параллельно с развитием теории инноваций. Длительное время к инновациям относили только инновационные продукты деятельности промышленных предприятий, а инновационный потенциал рассматривался исключительно с точки зрения используемых в процессе их создания ресурсов. В то же время игнорировались инновационные процессы в сфере услуг, рыночный спрос на инновации и квалификация управленцев предприятия. Однако в современной экономике понятие «инновации» значительно расширилось, что делает ресурсный подход устаревшим и ограниченным.

Согласно с результативным и ресурсно-результативным подходами, внимание ученых концентрируется на уже достигнутом уровне и они не рассматривают потенциальные возможности предприятия. Такой подход является полезным для понимания инновационных мощностей предприятия, но не его инновационного потенциала. Исследование научной литературы показало, что подобные подходы в основном используются учеными с постсоветского пространства. Западные исследователи инноваций, используя понятие инновационного потенциала, как правило, имеют в виду потенциальные возможности [1, 2], имеющие ресурсы [3] или их совокупность [4] для осуществ-

ления инновационной деятельности, то есть используют целевой, ресурсный или ресурсно-целевой подходы. По мнению автора, наиболее точно сущность инновационного потенциала можно описать с помощью ресурсно-целевого подхода – как совокупность материальных и нематериальных активов, обеспечивающих предприятию возможности для инновационной деятельности.

Наряду с многогранностью подходов к определению сущности инновационного потенциала существуют также различные взгляды относительно его места в общем потенциале предприятия. Большинство исследователей соглашается, что инновационный потенциал является составляющей системы более высокого уровня – общего потенциала предприятия. Считаем верным рациональный подход специалистов Института стратегических инноваций России [5], согласно которому инновационный потенциал составляет ядро общего потенциала предприятия. Поддерживает такой подход и А. Гринев [6], называя инновационный потенциал центром общего потенциала предприятия.

Автор считает, что структура общего потенциала транспортных предприятий не имеет особых отличий в сравнении с предприятиями других отраслей и наряду с инновационным потенциалом выделяет еще производственно-технологический, финансовый, научно-технический, организационно-управленческий, кадровый и маркетинговый потенциалы. Отраслевые признаки транспортных предприятий становятся явными только при выборе показателей, характеризующих уровень развития этих потенциалов. Таким образом, с одной стороны инновационный потенциал входит в состав каждого из элементов общего потенциала предприятия, с другой стороны, остальные элементы обеспечивают его инновационную составляющую.

Активы предприятия являются основным источником для инноваций, ведь каждый этап инновационного процесса требует дифференцированных взносов в него. Соглашайся с мнением [7], что инновационный потенциал предприятия формируется под влиянием двух составляющих: материальной и нематериальной (рисунок 1).

Материальная составляющая инновационного потенциала предприятия характеризует возможности основных и оборотных средств предприятия для осуществления инновационной деятельности. Она формируется с помощью производственно-технологического и финансового потенциалов предприятия. Необходимые для создания инноваций материальные активы связаны с материально-техническим обеспечением, инфраструктурой собственности, НИОКР, финансовыми ресурсами предприятия.

Нематериальная составляющая инновационного потенциала – это так называемый интеллектуальный капитал предприятия, который включает в себя совокупность знаний, опыта, навыков, способностей, интеллектуальной собственности и взаимоотношений, имеющих экономическую ценность для предприятия. Традиционно [8] выделяют три составляющие интеллектуального капитала: человеческий капитал, организационный (структурный) капитал и реляционный (социальный) капитал.

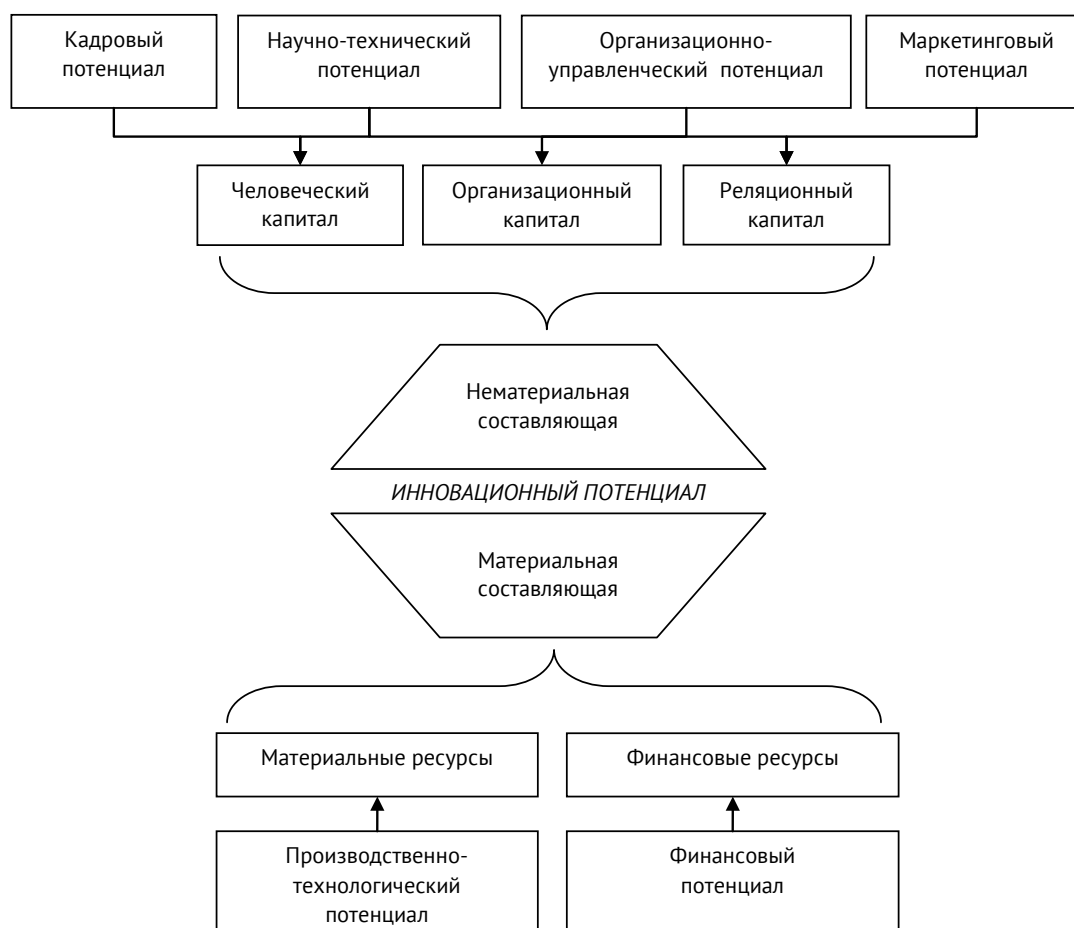


Рисунок 1 – Формирование инновационного потенциала предприятия

Источник: собственная разработка

Человеческий капитал охватывает опыт, знания и способности кадров, формирующих ценность предприятия, он не может быть отчужден от своих владельцев. Организационный капитал предприятия включает в себя все разработки, являющиеся собственностью предприятия. Реляционный капитал формируется на основе взаимоотношений, сложившихся с конкурентами, партнерами, потребителями, поставщиками, посредниками, акционерами, общественными организациями, государственными органами, научными учреждениями, учебными заведениями и т.п. Реляционный капитал нельзя считать собственностью предприятия, поскольку в значительной степени он зависит от человеческого капитала и не может контролироваться предприятием в полной мере.

## 2. Факторы влияния на инновационный потенциал транспортного предприятия

Согласно М. Пичлаку [9], инновационность предприятия – это явление, возникающее при трех условиях: внутренней склонности к созданию или адаптации инноваций, способности к генерации или адаптации

инновационных идей, готовности к риску связанному с реализацией инноваций. Ученый отмечал, что необходимо соблюдать баланс этих трех условий, ведь довольно часто встречается ситуация, когда предприятие имеет склонность и способность к инновациям, но боится рисковать, или есть склонность и желание идти на риск, однако нет возможности для этого. Возможность соблюдения баланса этих трех условий зависит от многих факторов. Поэтому на данном этапе исследования считаем целесообразным определить факторы влияния на инновационный потенциал предприятия с учетом специфики деятельности транспортных предприятий. В соответствии со степенью влияния эти факторы были разделены на внутренние и внешние (рисунок 2).

Наибольшее влияние на инновационный потенциал транспортного предприятия оказывают внутренние факторы. Эти факторы были сгруппированы нами с использованием ресурсного подхода (RBV – Resource-Based View). Ресурсный подход базируется на утверждении, что ключевыми факторами успеха предприятия является наличие и возможность использования стратегических ресурсов предприятия. Согласно ресурсному подходу к ресурсам относят материальные и нематериальные активы предприятия,

которые могут быть использованы предприятием для достижения поставленных целей, а в рамках нашего исследования – для осуществления инновационной деятельности. Для целей нашего исследования материальные активы транспортного предприятия были разделены на материальные и финансовые ресурсы, а нематериальные активы – на организационный, человеческий и реляционный капитал. Вышеприведенные классификации стали основой для определения внутренних факторов, формирующих инновационный потенциал транспортного предприятия. Итак, к внутренним факторам относим:

- материальные ресурсы (имеющиеся технические средства, уровень автоматизации процессов, современность используемых технологий, современность НИОКР, степень обновления основных средств, качество горюче-смазочных материалов и комплектующих);
- финансовые ресурсы (наличие собственных финансовых ресурсов, возможность использования внешних источников финансирования, расходы на НИОКР, структура капитала, финансовая устойчивость предприятия, кредитная репутация);
- человеческий капитал (креативность руководителей и работников, способность прогнозировать будущее и использовать рыночные возможности, управленческие способности, способность учить-

ся, информационная открытость, способность управлять проектами, наличие системы мотивации работников, способность управлять рисками, состав и компетенция работников, доля персонала, занятого в интеллектуальной сфере, уровень производительности труда);

- организационный капитал (патенты, ноу-хау, лицензии, сертификаты, наличие собственных НИОКР, уровень развития инновационной культуры, доступ к научно-техническим информационным сетям и бизнес-информации, прогрессивность методов управления, отношение руководства и работников к изменениям и инновациям, размер и сфера деятельности предприятия, скорость реакции на изменения, бренд предприятия, сформированный имидж предприятия);
- реляционный капитал (роль предприятия в цепочке поставок, склонность к инновациям других участников цепочки поставок, логистическое партнерство, разработка и внедрение НИОКР в сотрудничестве с другими организациями, лояльность потребителей, конкурентная позиция предприятия, уровень сотрудничества с другими предприятиями, потребителями, поставщиками и посредниками, наличие внешних консультантов, сотрудничество с научными учреждениями и высшими учебными заведениями, степень распределения рисков и выгод).

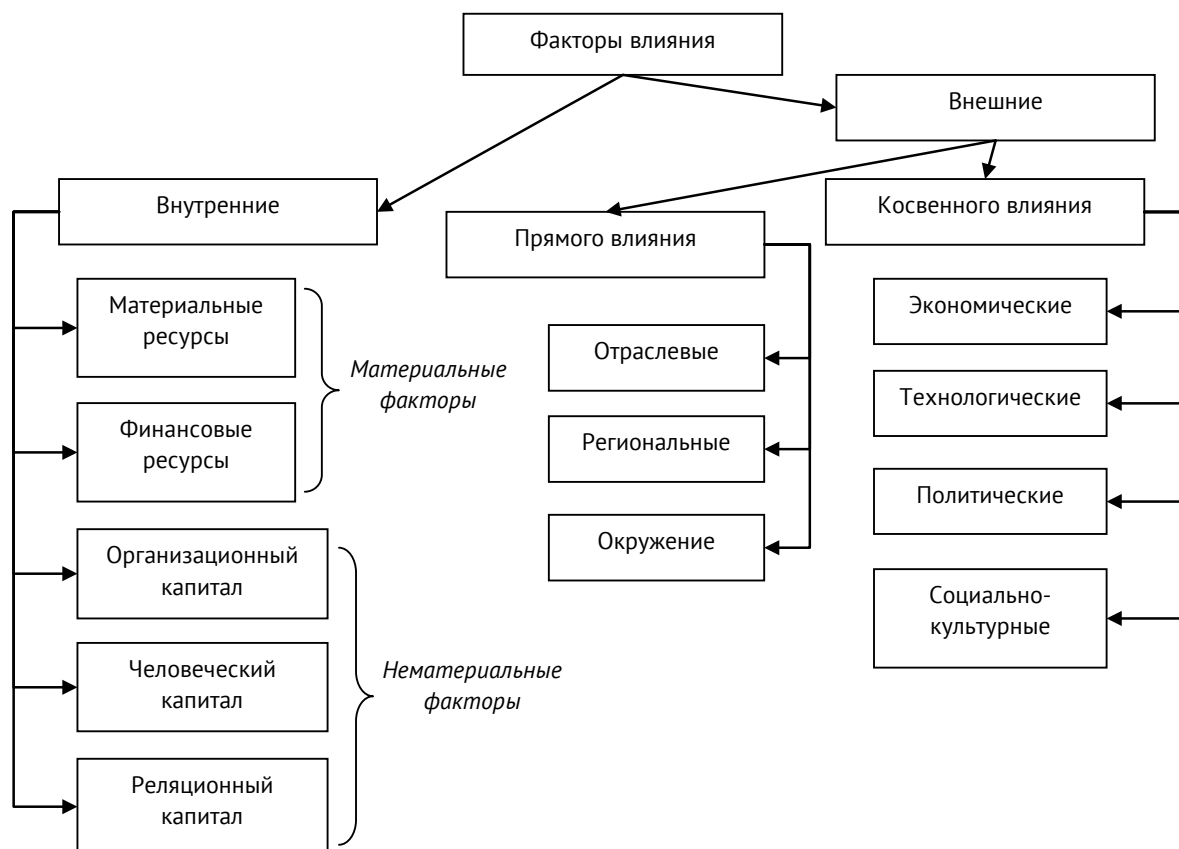


Рисунок 2 – Факторы влияния на инновационный потенциал транспортного предприятия

Источник: собственная разработка

Факторы внешней среды разделяем на факторы прямого и косвенного воздействия. Факторы прямого воздействия непосредственно влияют на принятие решений о целесообразности осуществления инновационной деятельности на предприятии. К внешним факторам прямого воздействия относятся:

- отраслевые и региональные факторы (природно-климатические условия, технологическое развитие отрасли, инвестиционный климат в отрасли, государственная поддержка отрасли, инновационный потенциал региона и отрасли, географическое положение предприятия, уровень конкуренции в отрасли, восприимчивость рынка к изменениям, наличие новых каналов дистрибуции);
- факторы окружения (потребители, поставщики, конкуренты, посредники, финансовые учреждения, общественные организации, государственные органы, профильные высшие учебные заведения и научные учреждения).

Внешние факторы косвенного воздействия оказывают существенное влияние на инновационную деятельность предприятия, однако прогнозирование их последствий – очень сложный и трудоемкий процесс для предприятия. Эти факторы были сгруппированы с использованием методологии PEST-анализа на:

- экономические факторы (развитие экономики страны, инвестиционный климат в стране, колебания курса валют, темпы инфляции, государственные расходы на исследования и разработки, развитие сферы финансовых услуг, размер процентных ставок);
- политические факторы (государственная инновационная политика, государственная научно-исследовательская политика, законодательное регулирование инновационной и научно-исследовательской деятельности, уровень защиты интеллектуальной собственности, интеграционные процессы);
- технологические факторы (технологическое развитие страны, состояние инфраструктуры, развитие информационно-коммуникационных технологий, наличие научно-исследовательских учреждений, уровень развития высшего образования);
- социально-культурные факторы (общий уровень и структура образования населения, уровень безработицы и структура занятости населения, качество жизни, мобильность населения, готовность населения к изменениям).

## Заключение

На сегодняшний день в научной литературе существует множество подходов к определению сущности инновационного потенциала предприятия, его места и роли в общем потенциале предприятия. По мнению автора, наиболее целесообразно рассматривать инновационный потенциал предприятия с точки зрения ресурсно-целевого подхода – как совокупность материальных и нематериальных активов, обеспечивающих предприятию возможности для инновационной деятельности. Касательно места инновационно-

го потенциала в общем потенциале предприятия, соглашаемся с мнением, что он является ядром общего потенциала предприятия. Инновационный потенциал – это подсистема целостной системы (общего потенциала предприятия), в которой он взаимообусловлено взаимодействует с другими ее составляющими. То есть, с одной стороны, инновационный потенциал входит в состав каждого из элементов общего потенциала предприятия, с другой стороны, каждая из составляющих обеспечивает его инновационную составляющую. Материальная составляющая инновационного потенциала предприятия формируется под влиянием производственно-технологического и финансового потенциалов, а нематериальная – кадрового, научно-технического, организационно-управленческого и маркетингового потенциалов.

Как было указано ранее, проблема инноваций широко описывается в научной литературе, но крайне мало публикаций относится к проблемам инновационной деятельности транспортных предприятий. Поэтому автором была сделана попытка определить факторы, влияющие на развитие инновационного потенциала транспортных предприятий. В соответствии со степенью влияния эти факторы были разделены на внутренние и внешние. Внешние факторы были сгруппированы с использованием ресурсного подхода на материальные (материальные и финансовые ресурсы) и нематериальные (организационный, человеческий и реляционный капитал). Внешние факторы, в свою очередь, были поделены на факторы прямого (окружение, отраслевые и региональные факторы) и косвенного (экономические, технологические, политические и социально-культурные факторы) влияния.

Как показывают исследования последних десятилетий, преимущества получены за счет внутренних возможностей предприятия что является лучшим источником его успеха. Поэтому, по мнению автора, в процессе управления инновационным потенциалом предприятия необходимо обязательно отслеживать и прогнозировать влияние внешних факторов, однако оценку его уровня следует проводить с учетом только внутренних факторов, на которые предприятие имеет непосредственное влияние.

## Литература / References

- [1] Poznańska, K. Uwarunkowania innowacji w małych i średnich przedsiębiorstwach / K. Poznańska. – Warszawa: Dom Wydaw. ABC, 1998. – 168 p.
- [2] Sabadka, D. Innovation potential metrics / D. Sabadka // Annals of the Faculty of Engineering Hunedoara – international journal of engineering. – 2012. – Vol. 10, No. 3. – P. 449–455.
- [3] Zastempowski, M. Uwarunkowania budowy potencjału innowacyjnego polskich małych i średnich przedsiębiorstw / M. Zastempowski. – Toruń: Wydawn. Nauk. Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 2010. – 320 p.

- [4] Zarządzanie działalnością innowacyjną / red. L. Białoń – Warszawa: Wydawnictwo Placet, 2010. – 478 p.
- [5] Николаев, А. Инновационное развитие и инновационная культура / А. Николаев // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – №. 5. – С. 57–63.
- Nikolayev, A. Innovatsionnoye razvitiye i innovatsionnaya kultura / A. Nikolayev // Problemy teorii i praktiki upravleniya. – 2001. – No. 5. – P. 57–63.
- [6] Гриньов, А. В. Стратегія інноваційного розвитку підприємства: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.06.01 / А.В. Гриньов; Донецький національний університет. – Донецьк, 2004. – 37 с.
- Gryn'ov, A.V. Strategiya innovatsiyного rozvytku pidpryyemstva: avtoref. dys. ... d-ra ekon. nauk: 08.06.01 / A.V. Gryn'ov; Donets'kyy natsional'nyy universytet. – Donets'k, 2004. – 37 p.
- [7] Мірошник, Р.О. Формування інноваційного потенціалу підприємств шляхом розвитку нематеріальних активів / Р.О. Мірошник // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2009. – № 640. – С. 150–154.
- Miroshnyk, R.O. Formuvannya innovatsiyного potentsialu pidpryyemstv shlyakhom rozvytku nematerial'nykh aktyviv / R.O. Miroshnyk // Visnyk Natsional'ного universytetu «Lvivska politekhnika». – 2009. – No. 640. – P. 150–154.
- [8] Stewart, T.A. Intellectual capital: the new wealth of organizations / T.A. Stewart. – N.-Y.: Doubleday, 1999. – 270 p.
- [9] Pichlak, M. Uwarunkowania procesu adaptacji innowacji w polskich organizacjach / M. Pichlak // Organizacja i Kierowanie. – 2015. – No. 2. – P. 37–50.