

мобильной связи; сервисы кастомизации мобильного телефона; информационные сервисы; оплата счетов в ресторанах; оплата поездок в метро; Kvitki.by — приобретение билетов в киноконцертные комплексы; бронирование и приобретение билетов на поезда и самолеты; мобильное телевидение; интерактивный сервис. В целом за рубежом есть также сервисы: оплата бензина; приобретение билетов на все виды транспорта; приобретение доступа в Интернет; оплата парковки и т.д.

Выделяют следующие применяемые мобильные технологии: SMS (Short Message Service); LBS (Local Base System); STK/DSTK (Sim ToolKit); WAP (Wireless Application Protocol); GPRS (General Packet Radio Service); MMS (Multimedia Messaging System); IVR (Interactive Voice Response); EDGE (Enhanced Datarate for GSM); USSD (Unstructured Supplementary Service Data); BREW (Binary Runtime Environment for Wireless); Cell Broad Cast. Сочетание тех или иных технологий дает широкий спектр возможностей развития мобильного бизнеса и интернет-сервиса для развития новых платежных возможностей и новых сервисов [4].

В Республике Беларусь сегодня можно выделить следующие барьеры развития мобильной коммерции: компьютерная неграмотность потребителей; несогласованность услуг банков; низкая заинтересованность отдельных компаний; ограничения операторов сотовой связи; отсутствие лицензии на банковскую деятельность; отток привлеченных абонентских средств; юридические особенности законодательства РБ; технологическая неразвитость / низкая пропускная способность сетей; заказчики не осознают ее перспективность; отсутствие договорных отношений заказчиков с операторами/банками; неготовность оператора/заказчика к вводу сервисов; несправедливое деление выручки с операторами/заказчиками.

Литература

1. Андон, Ф.И. Semantic Web как новая модель информационного пространства Интернет [Электронный ресурс] / Ф.И. Андон, И.Ю. Гришанова, В.А. Резниченко // Институт программных систем НАН Украины, 22.02.09. — Режим доступа: <http://shcherbak.net/semantic-web-kak-novaya-model-informacionnogo-prostranstva-internet/>. — Дата доступа: 20.05.2013.
2. Рынок систем бизнес-анализа (BI — Business Intelligence) : каталог разработчиков, интеграторов и проектов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F:Forrester>. — Дата доступа: 07.02.2014.
3. В Беларуси число пользователей интернета выросло на половину [Электронный ресурс] // Агентство новостей Telegraf.by. — Режим доступа: <http://telegraf.by/2013/10/v-belarusi-chislo-polzovatelei-interneta-viroslo-na-polovinu>. — Дата доступа: 07.03.2015.
4. Мобильная коммерция как разновидность электронной коммерции [Электронный ресурс] // Интернет-газета об информационных технологиях Bios.by. — Режим доступа: <http://www.bios.by/news/text/302/>. — Дата доступа: 07.03.2015.

Формирование системы показателей оценки инновационного потенциала предприятия

Е.И. Лукьянова,

Белорусский государственный экономический университет,

г. Минск, Республика Беларусь,

lena_11_06@mail.ru

В настоящее время конкурентоспособность промышленного предприятия обусловлена своевременным его инновационным развитием. Для того чтобы руководство предприятия корректно определило направление инновационного развития в стратегическом плане, оно должно иметь представление о состоянии инновационного потенциала. На практике же представление об уровне инновационного потенциала как у руководства промышленного предприятия, так и у его сотрудников носит поверхностный характер, что приводит к неэффективному управлению его формированием и использованием. Это связано с тем, что оценка инновационного потенциала предприятия является сложным многоаспектным процессом, который требует всесторонней обработки различных данных с помощью системы показателей. В настоящее время существует множество показателей, характеризующих различные аспекты инновационного потенциала предприятия, но общепризнанной системы не существует.

Изучив различные системы показателей оценки инновационного потенциала предприятия, в качестве основных требований к ее построению, на наш взгляд, можно сформулировать следующие:

1. всесторонний охват ресурсных возможностей предприятия, т.е. система показателей должна содержать показатели, характеризующие наличие и качество основных стратегически важных для организации ресурсов, которые задействованы в ее инновационной деятельности;
2. иерархичность показателей, т.е. система показателей должна содержать как сводные, обобщающие показатели, обеспечивающие интегральную характеристику основных структурных составляющих инновационного потенциала предприятия, так и частные показатели, которые используются для более детальных характеристик обобщающих показателей;
3. информационная обеспеченность показателей системы, т.е. каждый показатель системы оценки должен быть обеспечен имеющейся на предприятии информацией, обладающей достаточной достоверностью;
4. интерпретируемость результата, т.е. возможность определения качественного уровня обобщающего показателя инновационного потенциала предприятия.

Предлагаемая нами система показателей оценки инновационного потенциала предприятия, как и большинство других, предполагает их группировку по основным структурным составляющим в соответствии с авторским подходом к структуре инновационного потенциала предприятия, приведенного в работе [1]. Известно, что для оценки традиционных экономических, а также трудовых ресурсов используются показатели, которые имеют конкретную количественную оценку: фондотдача основных средств, затраты на НИОКР, производительность труда и др. Состав данных показателей можно сформировать из показателей, имеющихся почти в каждой методике оценки инновационного потенциала предприятия, а также в литературе по анализу финансово-хозяйственной деятельности предприятий.

Так, для оценки денежных ресурсов можно использовать такие показатели, как удельный вес затрат на инновационную деятельность в общем объеме затрат на инновационную деятельность; удельный вес собственных источников финансирования инновационной деятельности в общем объеме финансирования инновационной деятельности; удельный вес государственных источников финансирования инновационной деятельности в общем объеме финансирования инновационной деятельности; удельный вес затрат на прерывное профессиональное образование и обучение персонала в общем объеме затрат и др. Для оценки материальных ресурсов применяются такие показатели, как удельный вес нематериальных активов в общей сумме долгосрочных активов; удельный вес основных средств, используемых в инновационной деятельности, в общей стоимости основных средств предприятия; фондотдача основных средств, участвующих в инновационной деятельности, и др.

Формирование состава показателей оценки интеллектуальных ресурсов следует начать с выделения явных и неявных знаний организации в составе каждой составляющей. С помощью количественных показателей можно определить величину только явных знаний, в то время как неявные знания (индивидуальные знания работников, опыт, интуиция, знание бизнес-процессов и т.д.) составляют наибольшую часть в структуре интеллектуальных ресурсов. Компания Delphi Group в 2000 г. проводила обследование представительной группы американских компаний, продвинутых в сфере ИТ, которое показало, что 42 % знаний хранится в головах специалистов, 20 % — в электронных документах, 26 % — в бумажных документах и 12 % — другие способы хранения информации [2, с. 20]. И это обследование касалось только корпоративных знаний, без учета всей совокупности знаний, которыми обладают сотрудники любой организации с учетом их образования, предшествующего научного и практического опыта. Если учитывать еще данный объем неявных знаний, то станет очевиден еще более высокий их удельный вес.

Система количественных показателей, рекомендуемых к применению при оценке интеллектуальных ресурсов:

1. Для оценки человеческих ресурсов могут быть применены такие показатели, как удельный вес персонала, занятого в инновационной деятельности; средний стаж работников, занятых инновационной деятельностью; удельный вес персонала, имеющего высшее образование в общей численности персонала; удельный вес персонала, имеющего ученую степень кандидата наук, в общей численности персонала и др.
2. Для оценки отношенческих ресурсов — удельный вес договоров с научными центрами в общей сумме договоров в инновационной сфере; удельный вес договоров в сфере

инновационной деятельности в общей сумме договоров; удельный вес договоров с учреждениями образования в общей сумме договоров и др.

3. Для оценки организационных ресурсов — количество прикладных программ, которые используются для автоматизации производства и работы предприятия; степень описания бизнес-процессов инновационной деятельности; количество патентов на промышленные образцы и т.д.

Оценка неявных знаний человеческих ресурсов сводится к измерению уровня инновационного потенциала личности, который определяется как «способность работника: к восприятию новой информации; к приращению своих профессиональных знаний; к выдвиганию новых конкурентоспособных идей; к нахождению решений нестандартных задач». Вещественных измерителей творческого потенциала персонала компании по аналогии с традиционными ресурсами предприятия, необходимыми для производства любого продукта, такими как оборотные средства, деньги, труд и т.п., — не существует. Сложно найти надежные способы измерения коллективных знаний сотрудников компании, их опыта и интуиции, усвоенной ими информации. Для этих целей используют разнообразные психологические тесты и методики. Например, мультиатрибутивная оценка инновационного потенциала персонала на предприятии Д. Хоукинса, система показателей оценки инновационного потенциала К. Роджерса, методика оценки персонала наукоемкого предприятия Е.В. Гасенко и др.

Разработанная нами система показателей оценки инновационного потенциала предприятия позволяет оценить как традиционные ресурсы организации, так и интеллектуальные, в том числе и инновационный потенциал персонала как основного источника новых идей.

Литература

1. Лукьянова, Е.И. О структуре инновационного потенциала промышленного предприятия / Е.И. Лукьянова // Экономика и управление. — 2014. — № 1 (37). — С. 106–110.
2. Тузовский, А.Ф. Системы управления знания (методы и технологии) / А.Ф. Тузовский, С.В. Чириков, В.З. Ямпольский; под. ред. В.З. Ямпольского. — Томск : Изд-во НТЛ, 2005. — 260 с.

Системный подход к менеджменту и маркетингу

Н.В. Немогай,

*Гомельский филиал Международного университета «МИТСО», г. Гомель, Беларусь,
niknemogay@tut.by*

Представлены результаты исследований по разработке и поиску новых форм повышения конкурентоспособности отечественных предприятий в современных условиях. С учетом маркетингового подхода предлагается модифицированная к современным условиям концепция $OMЭТУК_{сп}$, имеющая следующее содержание: окружение (О) — методика (М) — экономика (Э) — техника (Т) — управление (У) — конкурентоспособность ($K_{сп}$), т.е. $OMЭТУК_{сп}$. Установлено, что в Республике Беларусь и странах бывшего СССР с учетом концепции $OMЭТУК_{сп}$ следует использовать адаптированную к условиям страны модель системы конкурентоспособности ($СК_{сп}$), которая состоит из двух взаимосвязанных между собой составляющих (см. рисунок).

Первая составляющая — внешнее окружение (вход; выход; обратная связь; связь с внешней средой). *Вторая составляющая*, или «черный ящик», — внутренняя структура, представляющая совокупность взаимосвязанных компонентов, обеспечивающих процесс воздействия субъектов правления на объект, переработку входа в выход и достижение целей системы. Она состоит из измененных к современным условиям подсистем: научного сопровождения, целевой, обеспечивающей, управляемой и управляющей.

Подсистема научного сопровождения $СК_{сп}$ учитывает условия страны в современной ситуации и предусматривает:

1. исследование проблем конкуренции и конкурентоспособности;
2. специфику экономических законов функционирования в измененных рыночных отношениях;
3. влияние законов организации производства в статике и динамике;
4. роль научных подходов к управлению, принципы и методы управления;
5. особенности исследования конкурентных преимуществ объектов и методические основы оценки их $K_{сп}$.