Гасанов Эйваз Алиевич

д-р экон. наук, доцент, заведующий кафедрой

Бойко Татьяна Степановна

канд. техн. наук, доцент, декан

Фролова Наталья Сергеевна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Хабаровский университет

экономики и права»

г. Хабаровск, Хабаровский край

DOI 10.21661/r-116946

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ПОТЕНЦИАЛА МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ФИРМ

Аннотация: в статье представлены результаты исследования по теме «Теоретико-методологические основы формирования инновационной мезоэкономики и ключевых компетенций малых инновационных фирм», выполняемой по проекту РГНФ (договор 16–02–00191/16). Рассмотрены подходы к методам оценки инновационного потенциала малых инновационных фирм. Показано, что при всем многообразии существующих подходов следует разработать определенную систему показателей во временном периоде, на основании которой осуществлять планирование дальнейшей деятельности малых инновационных фирм.

Ключевые слова: потенциал, инновационный потенциал, экономический потенциал, производственный потенциал, трудовой потенциал, маркетинговый потенциал, экспортный потенциал.

Малые инновационные фирмы выступают важным фактором динамичного развития предпринимательской деятельности и необходимым условием функционирования инновационной мезоэкономики. Деятельность малых инновационных фирм направлена на создание инновационной продукции, успешную ее реализацию, на открытие новых сегментов рынка.

Каждая малая инновационная фирма стремится к увеличению своей доли рынка, росту доходов, приобретению финансовой устойчивости, повышению уровня собственной конкурентоспособности в целом.

Что является важным и необходимым для малой инновационной фирмы при производстве инновации? Бесспорно, идея, ресурсы, производственная база, инструменты реализации продукции, услуги, рынок сбыта. В своем арсенале фирма сосредотачивает некий потенциал, который при создании определенных условий может быть реализован.

Содержание понятия «потенциал» рассмотрено в работе ряда авторов – это средства, запасы, источники, имеющиеся в наличии и могущие быть мобилизованными, приведенными в действие, использованными для достижения определенной цели, осуществления плана, решения какой-либо задачи»; это совокупность факторов, имеющихся в наличии, которые могут быть использованы и приведены в действие для достижения определенной цели, результата.

Потенциал – это степень возможного проявления какого-либо действия, какой-либо функции. Вне привязки к конкретной сфере, потенциал можно рассматривать как способность материи переходить от возможности к реальности, от одного состояния в другое.

Разнообразие толкований понятия «потенциал» позволяют применить его к различным отраслям науки и сферам деятельности человека в зависимости от того, о какой силе идет речь: экономический потенциал, конкурентоспособный потенциал, кадровый потенциал, инновационный потенциал [4].

Оценки потенциала являются очень важными и востребованными характеристиками экономических процессов и систем. Знание потенциала роста, развития, расширения позволяет более эффективно принимать управленческие решения, расходовать ограниченные ресурсы и получать дополнительные конкурентные преимущества.

Потенциал – некоторое эфемерное понятие – это то, что существует и может быть раскрыто при создании соответствующих условий (факторов). Данное определение в наибольшей степени раскрывает инновационный потенциал. На

протяжении всего периода процесса инновации: от идеи до исследования, разработки опытного образца и до воплощения наперед неизвестно, будет ли инновация востребована на рынке. Однако, сочетание правильно подобранных элементов: финансы, маркетинг, производство, кадры и другое обеспечивает формирование и дальнейшее раскрытие инновационного потенциала.

В современной литературе также существует множество определений понятия «инновационный потенциал»:

- способность производить наукоемкую продукцию, отвечающую требованиям мирового рынка;
- отождествление с понятием научного, научно-технического, интеллектуального и творческого потенциала;
- рассмотрение его как технико-экономические возможности для создания инновационной деятельности, способности к освоению, переработке и использованию нового;
- совокупность различных видов ресурсов, включая материально-производственные, финансовые, интеллектуальные, научно-технические и иные, которые необходимы для осуществления инновационной деятельности.

Инновационный потенциал характеризует тот максимальный объем инновационной продукции, который возможен при полном задействовании существующих инновационных ресурсов. Данное понятие позволяет увидеть, насколько велик разрыв между достигнутыми инновационными результатами и возможностями наличных инновационных ресурсов.

В работе [9] инновационный потенциал трактуют как способность системы к трансформации фактического порядка вещей в новое состояние с целью удовлетворения существующих или вновь возникающих потребностей. Инновационный потенциал – характеристика способности системы к изменению, улучшению, прогрессу.

Для оценки деятельности малых инновационных фирм важно оценить их инновационный потенциал.

Инновативность организации проявляется в реализации внутренних инновационных возможностей. Рост инновативности организации направлен на улучшение финансовых показателей работы фирмы. Это позволит принимать эффективные управленческие решения. Инновационный потенциал характеризует способность её увеличения в перспективе. Для каждой фирмы важно проанализировать вклад каждого инновационного ресурса в повышение эффективности организации. Уровень инновационного развития оценивают по его инновационным возможностям, которые рассматриваются в корпоративном, маркетинговом, научно-техническом, производственном, финансовом, кадровом, организационном и экологическом аспектах.

На наш взгляд основными составляющими для оценки инновационного потенциала малых инновационных фирм могут быть: трудовой; экономический; производственный; маркетинговый, экспортный потенциалы, а также финансовые показатели.

Важность анализа и оценки экономического потенциала при помощи финансово-экономических показателей обусловлена тем, что он позволяет выявлять и использовать резервы повышения эффективности деятельности в конкурентной среде на основе достижений информационно-технологической революции и глобального передового опыта. Анализ экономического потенциала является основой разработки прогнозов деятельности и принятия управленческих решений.

При оценке *экономических показателей результативности инноваций* их возможно подразделить на две группы: первая группа – показатели, характеризующие производственный эффект от применения инновации; вторая группа показателей характеризует финансовую эффективность инноваций.

Далее необходимо провести проанализировать и дать оценку *трудовому потенциалу* малой инновационной фирмы. В широком смысле трудовой потенциал рассматривается как развитая совокупность демографических, социальных, духовных характеристик и качество трудоспособного населения, которые реализу-

ются в сложившейся системе экономических и социальных отношений в процессе труда и общественной деятельности. Трудовой потенциал – это комплексная характеристика количества и качества трудовых ресурсов в их динамике.

Важность оценки трудового потенциала обусловлена, тем, что трудовой потенциал в его новом качественном наполнении является важнейшим концептуальным компонентом неоиндустриальной парадигмы. Жизнеспособность политики неоиндустриализации во многом будет зависеть от включения в нее стратегии интеллектуализации общественного труда. Знания фирмы не возникают сами по себе. Основным носителем, распространителем и создателем знания выступает человек, со своим набором знаний, умений, навыков и способностей. Человеческие ресурсы – основной элемент знаниевых активов. Фирма является репозитарием знаний – знаний, встроенных в бизнес-процессы [12].

Оценка маркетинговой деятельности малых инновационных фирм предусматривает анализ спроса на продукцию, основные целевые сегменты, рынки сбыта продукции, ценовую политику и др.

Особенность метода оценки *маркетингового потенциала* малых инновационных фирм в том, что инновационная продукция имеет свою специфику и в большинстве своем потребитель еще не осведомлен о существовании данного продукта. Другая особенность производства инновационной продукции или услуги является их короткий жизненный цикл. На смену существующим инновациям очень быстро приходят совершенно новые или модифицированные модели. При оценке маркетингового потенциала малых инновационных фирм следует придерживаться ряда принципов: ориентация на природу потребительского поведения; ориентация на долгосрочную перспективу, т.е. адаптивность; ориентация на конечный практический результат. Заметим, что указанные принципы определяют реакцию фирмы на новые потребности рынка и скорейшее внедрение новинок, что в конечном итоге обеспечит ей конкурентные преимущества.

Существующие оценки маркетингового потенциала предусматривают несколько подходов: результативный, диагностический, комплексный, подход в

разрезах жизненного цикла. В рамках каждого подхода существует достаточное количество отдельных методов оценки потенциала.

В рамках данного исследования представляется важным рассмотреть оценку маркетингового потенциала малых инновационных фирм по методу циклической оценки, который заключается в рассмотрении жизненного цикла товара. Функции маркетингового комплекса распределены по фазам и этапам жизненного цикла товаров. Степень выполнения функций в каждой ситуации характеризует маркетинговый инновационный потенциал фирмы. Для оценки каждого этапа может быть сформирована группа показателей, в частности в фазе научно-исследовательских работ, в фазах производства, реализации и потребления.

При оценке маркетингового потенциала малых инновационных фирм следует использовать такое направление, как маркетинг инноваций, который предполагает разработку системы мероприятий, направленных на исследование и продвижение инновационного продукта на рынок.

Производственный потенциал рассматривает совокупность ресурсов фирмы и возможностей их использования с целью производства (обновленного) продукта. Оценка производственного потенциала включает несколько составляющих: материально-технологическую, кадрово-интеллектуальную, организационно-экономическую. Все составляющие производственного потенциала тесно связаны между собой. Эффективная реализация производственного потенциала зависит как от состояния каждой из составляющих, так и от их взаимодействия. Для принятия решений в инновационной сфере необходимо регулярно проводить оценку потенциальных возможностей малой инновационной фирмы. На основе оценки могут быть получены данные о потенциальных возможностях восприятия инноваций и о готовности предприятия к активизации инновационной деятельности, а также степени фактического использования этих возможностей. Применительно к производственному потенциалу малой инновационной фирмы инновационное развитие рассматривают как прирост коэффициента инновационности, т.е. степень применения результата инновационной деятельности в

функционировании производственного потенциала малой инновационной фирмы.

Подход автора [15] по оценке производственного потенциала предусматривает определение внутренних инвестиционных возможностей фирмы в инновационной сфере (интеллектуальных, кадровых, имущественных, продуктовых, технологических, инвестиционных), которые рассматриваются в качестве инновационной инфраструктуры и определяются с использованием таких критериев, как коэффициент обеспеченности интеллектуальной собственностью, коэффициент персонала занятого в НИОКР, коэффициент имущества, предназначенного для НИОКР, коэффициент оснащения новой техники, коэффициент освоения новой продукции. Обобщающим показателем является расчет коэффициента инновационного роста, который определяется отношением стоимости научно-исследовательских и учебно-методических инвестиционных проектов к общей стоимости прочих инвестиционных расходов.

Автор [14] оценивает производственный потенциал как максимально возможный производственный результат, который может быть получен при наиболее эффективном использовании производственных ресурсов, при имеющемся уровне техники и технологий, передовых формах производства.

Для малых инновационных фирм важна оценка *экспортного потенциала*, который позволяет не только дать количественную и качественную оценку деятельности, но и позволяет увидеть перспективы развития в данной сфере деятельности.

На формирование экспортного потенциала малых инновационных фирм оказывают влияние множество факторов, поэтому для его оценки следует использовать обобщающий показатель, который позволяет учесть это влияние. Среди существующих методов оценки экспортного потенциала наиболее часто используется экспертный метод анализа.

В работе авторов [9] приведена многофакторная оценка экспортного потенциала малых и средних предприятий региона, которая предусматривает проведе-

ние анкетирования, расчет и анализ определенной системы статистических показателей и далее экспертную оценку возможностей выхода предприятий на внешние рынки. Алгоритм такой оценки может быть применен к оценке экспортного потенциала малых инновационных фирм. Так, анкетирование позволяет выявить внутренние и внешние факторы, которые влияют на экспортный потенциал и, в частности на величину такого показателя как доля экспорта продукции малых инновационных фирм в регионе, а также на их конкурентоспособность; позволяю определить барьеры, которые препятствуют выведению инновационной продукции на внешние рынки.

Анализ экспортного потенциала малых инновационных фирм предполагает расчет и анализ совокупности следующих статистических показателей: доля инновационной продукции, эффективность производства экспортной инновационной продукции, удельный вес экспорта в общем объеме реализации продукции, удельный вес прибыли от экспорта инноваций, рентабельность экспорта продаж, эффективность продаж и пр. Анализ каждого из вышеперечисленных показателей позволит сделать определенные выводы по оценке экспортного потенциала малых инновационных фирм и влиянию их на результаты оценки отдельных факторов, в том числе и факторов социально-экономического развития региона. После расчета и анализа комплекса статистических показателей малых инновационных фирм их экспортный потенциал может быть определен обобщающим показателем, учитывающим частные показатели из совокупности статистических, включенных для оценки экспортного потенциала малых инновационных фирм, и их коэффициент весомости.

Вышеизложенное позволяет сгруппировать представленные методы оценки инновационного потенциала малых инновационных фирм и определить объект их оценивания (таблица 1).

Таблица 1

**Составляющие инновационного потенциала малых
инновационных фирм, методы и объекты оценки**

Составляющие инновационного потенциала малых инновационных фирм	Метод оценки инновационного потенциала	Объект оценки
Экономический	Анализ финансово-экономических показателей	Эффективность производства и реализации инноваций
Производственный	Анализ производственной базы фирмы	Модернизация производства, внедрения новых технологий по производству инновационной продукции
Маркетинговый	Анализ жизненного цикла инновации	Осуществление полного комплекса маркетинга инновации
Трудовой	Анализ трудового потенциала малой инновационной фирмы	Компетентные кадры, способные к генерации новых идей
Экспортный	Анализ экспортного потенциала	Возможности для экспорта инновационных товаров, услуг, патентов, лицензий

Анализ различных подходов к оценке составляющих инновационного потенциала показал, что их необходимо рассматривать в комплексе. Практические в каждом методе оценки инновационного потенциала мы наблюдаем наличие обобщающего показателя. Заметим также, что каждый метод оценки включает в себя дублирующие показатели, например, при оценке маркетингового и производственного потенциалов должны быть определены ресурсы и кадры, рынки сбыта, и такие же показатели нужны при оценке экспортного потенциала. Во всех методах требуется наличие финансовых, инвестиционных ресурсов.

Поэтому, авторами для оценки инновационного потенциала малых инновационных фирм предлагается из всех вышерассмотренных методов составить систему сбалансированных показателей инновационного развития малых инновационных фирм [1]. Данная система оценки показателей предполагает выбор ключевых показателей по каждой группе составляющих инновационного потенциала, их планирование и контроль достижения результатов:

1. Показатели первого порядка – кадровые ресурсы и финансовые ресурсы.
2. Показатели второго порядка – маркетинг, производство, экспорт.
3. Показатели третьего – прочие показатели.

Суть данного подхода заключается в том, что необходимо сформировать и оценить ключевые показатели для функционирования малой инновационной фирмы. Это показатели первого порядка – финансовые и кадровые. Группа показателей первого порядка «запускает» все остальные механизмы инновационной деятельности малых инновационных фирм. Важно, чтобы оценка происходила во временном периоде – кратко, средне и долгосрочном.

В показателях второго порядка необходимо соблюдать последовательность оценки. Так первоначально необходимо провести маркетинговые исследования, которые предшествует дальнейшему производству и сбыту.

Прочие показатели могут быть связаны с наличием сформированного имиджа предприятия, налаженность производственных, кооперационных связей, экологических аспектов функционирования и др.

Список литературы

1. Андрианова В. Концептуальные подходы к разработке стратегии устойчивого развития экономики России до 2020 г. // Общество и экономика. – 2016. – №7. – С. 5–36.
2. Батова Т.Н. Маркетинговый потенциал: Монография / Т.Н. Батова, В.А. Крылова. – М.: Изд. дом Академия Естествознания, 2016. – 34 с.
3. Инновационный потенциал: современное состояние и перспективы развития: Монография / В.Г. Матвейкин, С.И. Дворецкий, Л.В. Минько, В.П. Таров, Л.Н. Чайникова, О.И. Летунова. – М.: Издательство Машиностроение-1, 2007. 284 с.
4. Инновационный менеджмент: Учебник / Под. ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. – М.: Вузовский учебник; Инфра-М, 2014. – 381 с.
5. Вилисов В.Я. Инфраструктура инноваций и малые предприятия: состояние, оценка, моделирование: Монография / В.Я. Вилисов, А.В. Вилисова. – М.: РИОР; Инфра-М, 2015. – 228 с.

6. Еромолина Л.В. Оценка инновационного потенциала Самарской области // *Apriori: Электронный научный журнал*. – 2015. – №3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.apriori-journal.ru
7. Макаrenchенко М.А. Кадровый потенциал в системе инновационного потенциала организации / М.А. Макаrenchенко, Д.А. Лопатин.
8. Морозов А.В. Производственный потенциал предприятия как основа планирования инновационной деятельности: основные подходы к его анализу и оценке / А.В. Морозов, И.В. Гилязутдинова, С.С. Ахметзянова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [proizvodstvennyy-potentsial-predpriyatiya-kak-osnova-planirovaniya-innovatsionnoy-deyatelnosti-osnovnye-podhody-k-ego-analizu-i.pdf](#)
9. Мосейко В.О. Многофакторная оценка экспортного потенциала малых и средних предприятий региона / В.О. Мосейко, Ю.М. Азмина // *Вестник Волгоградского университета*. – 2012. – №2 (21).
10. Николаева И.П. Экономический словарь. – М.: Проспект, 2015. – 160 с.
11. Сорочайкин А.Н. Методы стимулирования инновационной деятельности / А.Н. Сорочайкин, А.И. Бородин, С.Т. Космагамбетова // *Экономика, управление и право в современных условиях: Междунар. сб. стат.* Самара: Институт анализа экономики города и региона, 2013. – С. 13–29.
12. Топилин А. Трудовой потенциал и его возможности для неоиндустриализации России / А. Топилин // *Экономист*. – 2016. – №10. – С. 3–18.
13. Трифилова А.А. Управление инновационным развитием предприятия / А.А. Трифилова. – М. Финансы и статистика, 2003. – 176 с.
14. Шленов Ю.В. Управление инновациями. Книга 3. Базовые компоненты управления инновационными процессами / Ю.В. Шленов. – М.: Высшая школа, 2003. – 240 с.