

РОЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ КАПИТАЛОМ В РАЗВИТИИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Введение. В условиях рыночных отношений роль и значение интеллектуального капитала возрастает. Растет интерес к вопросам регулирования, защиты, использования и управления правами на него.

Однако количественная взаимосвязь между усилиями организации по созданию интеллектуального капитала и показателями его деятельности не является однозначной.

Для Республики Беларусь важной проблемой является переход от сырьевой экономики к экономике знаний. Инновационная экономика опирается на инвестиции в человеческий капитал. Именно интеллектуальные ресурсы и социальная сфера призваны обеспечить дальнейший потенциал для экономического роста. [1]

Основная часть. В понятии инновационного потенциала, прежде всего, необходимо определить ключевые характеристики природы "инноваций". Любая инновация подразумевает разработку и появление новых идей и часто связана с процессом изобретения. Таким образом, изобретение — это идея, схема, модель нового или усовершенствованного устройства, продукта, процесса или системы. В экономическом контексте инновация — это успешная коммерциализация нового продукта, процесса, системы или устройства. [2]

В системе постиндустриальных экономических отношений в воспроизводстве интеллектуального капитала всевозрастающее значение приобретают знаниеемкие услуги, которые одновременно базируются на нем и приумножают его. Эти услуги основаны на знаниях, информации и интеллектуальных способностях. [3]

Современное управление в организациях, как правило, сосредоточено на использовании интеллектуальных способностей, нравственных устоев и мировоззрения сотрудников, которые вместе с результатами их мыслительной деятельности образуют интеллектуальный капитал предприятия, включая информационные, технические, организационные, общественные достижения.

В рамках исследования был проведен анализ затрат на технологические инновации организаций промышленности в Республике Беларусь за 2011—2020 гг.

В таблице 1 представлены Затраты на технологические инновации организаций промышленности в текущих ценах за 2011—2020 гг.

Т а б л и ц а 1 — Затраты на технологические инновации организаций промышленности в текущих ценах, тыс. руб.

Территория Республики Беларусь	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Республика Беларусь	876370	793755	998621	1028191	1061667	774612	1222553	1134868	1390312	1450856
Брестская область	56148	55434	57147	77765	40823	13495	18660	73624	105382	59259
Витебская область	73085	161234	199720	191760	233366	203413	158090	156085	263898	259319
Гомельская область	367370	242044	220349	410720	394074	280826	650474	514435	607260	631693
Гродненская область	187565	72617	17086	20041	8200	2844	5905	10743	19616	99396
Г. Минск	102340	103519	124227	167752	184234	119972	132365	160918	163856	137082
Минская область	29960	55958	11942	102724	72142	54752	196895	120604	122645	150718
Могилевская область	59902	102949	268150	57430	128828	99310	60164	98459	107655	113389

Примечание. Источник: собственная разработка на основе [4].

На рисунке 2 представлен график динамики затрат на технологические инновации организаций промышленности Республики Беларусь за 2011—2020 гг.

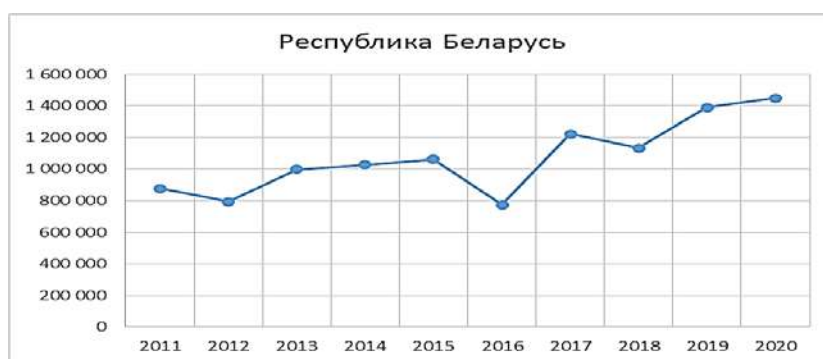


Рисунок 2 — Динамика затрат на технологические инновации организаций промышленности Республики Беларусь за 2011—2020 гг., тыс. руб.

Примечание. Источник: собственная разработка

Таким образом, в течение анализируемого периода наблюдается положительная динамика расходов белорусских промышленных организаций на технологические инновации. За десятилетний период расходы белорусских промышленных организаций на технологические инновации увеличились с 876370 тыс. рублей в 2011 году до 1450856 тыс. рублей в 2020 году. В целом за десятилетие затраты увеличились на 574486 тыс. руб.

На рисунке 3 представлена динамика затрат на технологические инновации организаций промышленности по областям Республики Беларусь и г. Минску за 2011—2020 гг., тыс. руб.

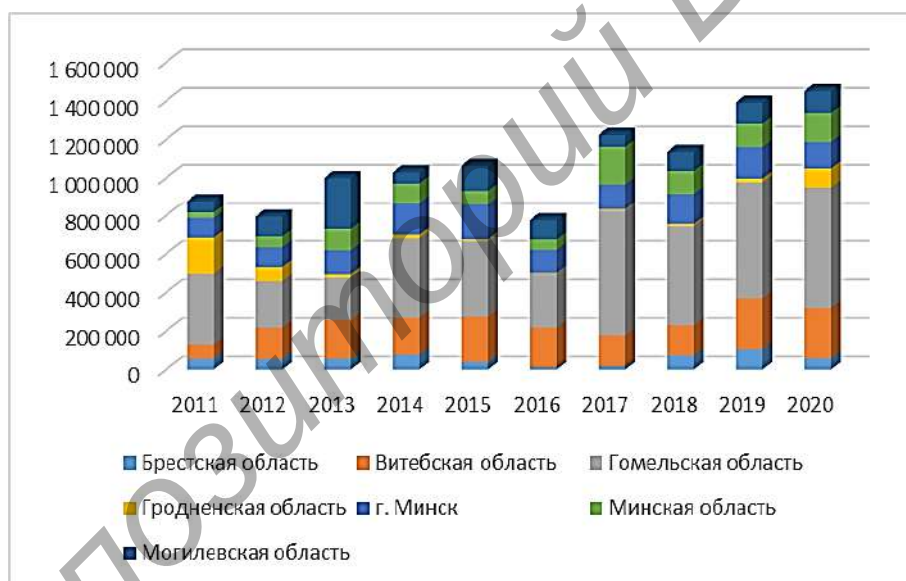


Рисунок 3 — Динамика затрат на технологические инновации организаций промышленности по областям Республики Беларусь за 2011—2020 гг., тыс. руб.

Примечание. Источник: собственная разработка

За анализируемый период наибольший рост расходов промышленных организаций на инновации наблюдался в Гомельской и Витебской областях. Так, в Гомельской области за десять лет расходы увеличились на 264 323 тыс. руб., с 367 370 тыс. руб. в 2011 году до 631 693 тыс. руб. в 2020 году. В Витебской области расходы увеличились на 186 234 тыс. руб., с 73 085 тыс. руб. в 2011 году до 259319 тыс. руб. в 2020 году. В то же время только в Минской области затраты на инновации промышленных организаций за анализируемый период наблюдается увеличение затрат на технологические инновации организаций промышленности. Так, если в 2011 году затраты в Минской области составляли тыс. руб., то к 2020 году они увеличились на 120 758 тыс. руб. и составили 150 718 тыс. руб.

Для прогнозирования затрат на технологические инновации организаций промышленности Республики Беларусь на 2022—2030 гг., был использован корреляционно-регрессионный анализ.

Уравнение регрессии в данном случае имеет вид:

$$y = 62\,566,93x + 729\,062,33.$$

Коэффициент детерминации R^2 составил 0,6686.

Таким образом, существует достаточно сильная обратная зависимость между затратами на технологические инновации от периода времени. С вероятностью 66,86 % можно прогнозировать увеличение затрат на технологические инновации организаций промышленности Республики Беларусь с 1 450 856 тыс. руб. в 2020 году до 1 980 401 тыс. руб. к 2030 году.

Можно прогнозировать, что затраты на технологические инновации организаций промышленности Республики Беларусь увеличатся с 1 450 856 тыс. руб. в 2020 году до 1 980 401 тыс. руб. в 2030 году с вероятностью 66,86 %.

Заключение. Повышение конкурентоспособности организаций и активное вовлечение Республики Беларусь в мировые экономические процессы невозможно без поиска возможностей и путей повышения эффективности управления интеллектуальным капиталом. Важно подчеркнуть особую роль качества системы управления интеллектуальным капиталом, от которой в значительной степени зависит конечная эффективность организаций на внутринациональном и международном уровнях.

Список цитируемых источников

1. *Ибрагимова О. М.* Интеллектуальный ресурс развития экономики / О. М. Ибрагимова // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2018. — № 7. — С. 52—56.
2. *Freeman, C.* The Economics of Industrial Innovation / C. Freeman. — London : Frances Pinter. — 1982. — 480 p.
3. *Бондарь, А. В.* Заниемкие услуги как фактор формирования интеллектуального капитала / А. В. Бондарь, К. И. Рябова. // Белорусский экономический журнал. — 2022. — № 3 — С. 99.
4. Интерактивная информационно-аналитическая система распространения официальной статистической информации [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Preview?key=148653#>. — Дата доступа: 21.09.2022.

УДК 339.138

А. Г. Величко, А. С. Вакар

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

ПРОВЕДЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ЗАО «АТЛАНТ»

Введение. Становление и развитие рыночных отношений требует внедрения современных методов и приемов, позволяющих удовлетворить потребности человека, социальных групп и общества в целом, добиться оптимального соотношения между спросом и предложением и рационально использовать ресурсы.

Ни одно предприятие в системе рыночных отношений не может нормально функционировать без маркетинговой службы на предприятии. Каждый субъект имеет свои потребности, удовлетворить которые не всегда удается качественно. К каждому необходим свой индивидуальный подход, поэтому, в новых условиях выживает то предприятие, которое может наиболее точно выделять и улавливать разнообразие вкусов. В этом и заключается актуальность выбранной темы.

Основная часть. ATLANT известен как производитель популярных холодильников, морозильников и стиральных машин. С конвейеров предприятия сходит надежная и практичная техника, отвечающая высоким потребительским запросам.

Стратегической задачей компании ATLANT является развитие собственной базы по изготовлению специализированного оборудования, развитие мощностей для увеличения выпуска продукции, расширение номенклатуры выпускаемых изделий за счет выпуска стиральных машин, электрических плит и другой бытовой техники.

Функции рекламной службы на ЗАО «Атлант» выполняет бюро маркетинга и рекламы, которое является структурным подразделением коммерческого отдела. Рекламные кампании, которые проводит предприятие:

- функционирует сайт, где можно найти информацию о заводе, о товарах (модели, размеры, стоимость), указаны контактные телефоны, все сервисные центры, e-mail и другая информация.
- периодическая компания по продвижению продукции на телевизионных каналах: СТВ, БТ, ОНТ; также в газетах: «Покупка», «Потребитель», «КП в Беларуси», «Народная газета», «Маркетинг, реклама, сбыт» и других местных газетах.

Предприятие ежегодно принимает участие в крупнейших международных выставках. Среди них можно выделить ежегодно проводимые выставки в Москве и Кёльне. Причем предприятие демонстрирует не только готовую продукцию, но и различные комплектующие и материалы для ее производства.

На ЗАО «АТЛАНТ» контроль маркетинга осуществляется путем измерения и оценки результатов реализации стратегий и планов маркетинга, выполнения корректирующих действий, обеспечивающих достижение маркетинговых целей.