

Не все новые сотрудники готовы работать на аутстаффе. Это может усложнить трудоустройство новых сотрудников в компании. Кандидаты с потенциалом могут уйти, а темп закрытия вакансии — уменьшится [2].

Одним из достоинств услуги является сокращение затрат, связанных с административными расходами [3]. Допустим, что предприятию необходимо сократить персонал, но компенсационные выплаты в данный момент оно осуществить не сможет в силу сложившихся обстоятельств. В компании работают 50 сотрудников. Из них 3 человека — специалисты по работе с персоналом, 6 человек — финансовые аналитики, занимающиеся оценкой состояния предприятия. Эти расходы, включая оплату труда (с учетом налогов) управленческих работников, оплату рабочих мест и оборудования, составляли $A = 14\,300$ рублей ежемесячно. 41 сотрудника компании перевели в штат агентства по оказанию услуг. Штат аналитиков, которые занимаются оценкой финансового состояния предприятия, был расформирован, а из штата специалистов по персоналу (3 человека) оставлен 1 сотрудник, занимающийся обучением персонала. Оплата услуг агентства по аутстаффингу составила: $O = R \times V = 11\,480$ рублей (ежемесячно), где $R = 280$ рублей — ставка оплаты услуг аутстаффинга на одного сотрудника в месяц, $V = 41$ — количество сотрудников, выведенных за штат. Компания таким образом снизила управленческие расходы на персонал на 2820 рублей в месяц, т. е. на 21,2 %.

Социальный эффект от аутстаффинга может заключаться в следующем, например, вместо увольнения можно перевести сотрудника, который не подходит заказчику по определенным критериям, в другую организацию, таким образом снизить текучесть кадров, а для работника — подыскать новое место работы.

Услуги по аутстаффингу можно предложить использовать в учреждениях высшей школы, для поиска первого рабочего места выпускникам. Разработав определенные требования к будущему специалисту, потенциальный заказчик кадров сможет выбрать подходящего работника. Студенты будут заинтересованы в получении более высоких баллов, так как это отразится на их заработной плате.

Социальный эффект от аутстаффинга: аутстаффинг способен оказывать определенный социальный эффект для работников. Например, вместо увольнения можно перевести сотрудника, который не подходит заказчику по определенным критериям, в другую организацию. Актуальность данной работы заключается в изучении механизмов координации людских ресурсов и совершенствование бизнес-процессов отдела по работе с персоналом, а также в более подробном изучении влияния различных факторов на экономику страны.

Заключение. Обобщая все вышесказанное, мы можем с уверенностью сказать, что аутстаффинг является перспективным методом в сфере управления персоналом организации. Правильно подобранный персонал позволит организации выполнить поставленное задание качественно и в срок, а работникам-аутсафферам найти достойное рабочее место.

Список цитируемых источников

1. Аутстаффинг что за услуга и чем отличается от аутсорсинга [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://hurma.work/rf/blog/autstaffing-cto-eto-za-usluga-i-chem-otlichaetsya-ot-autsorsinga-2/2>. — Дата доступа: 02.03.2022.
2. Описание услуги аутстаффинга [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.cfin.ru/management/people/outstaffing.shtml>. — Дата доступа: 02.03.2022.
3. Примеры использования аутстаффинга [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://hr-portal.ru/blog/3-primera-primeneniya-autstaffinga>. — Дата доступа: 03.03.2022.
4. Сафарова Е.Ю. Аутстаффинг, аутсорсинг, лизинг персонала. Новые технологии бизнеса. Простыми словами о сложных материях / Е. Ю. Сафарова. — М.: Эксмо, 2010. — 208 с.

УДК 338.22:004(476)

А. Г. Нехода

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет», Минск, Республика Беларусь

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИЙ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

Введение. Современная система хозяйствования в условиях рынка предъявляет новые и все более сложные требования к уже существующим и вновь создающимся предприятиям. Анализ хозяйственной практики свидетельствует о том, что значение инновационной деятельности для промышленных предприятий в современных условиях постоянно возрастает.

Данные последних лет свидетельствуют, что промышленные предприятия испытывают серьезный кризис в инновационной сфере. Кризис инновационной сферы промышленности, помимо объективных причин, связанных с реформированием и спадом в экономике, обусловлен также отсутствием целенаправленной работы по повышению эффективности промышленного производства в целом и инновационной деятельности как его важнейшей составляющей, в частности. В этой связи необходимо отметить особое значение свое-

временного выявления и планомерного использования резервов инновационной деятельности с целью повышения ее эффективности [1]. Поэтому возникает объективная необходимость проведения научно методического исследования состояния инновационной деятельности предприятия.

Основная часть. Для общей оценки инновационных возможностей предприятий была использована методика О.И. Имайкиной, основанная на использовании системы качественных и количественных показателей (ряд структурных компонентов: интеллектуальный, научно-исследовательский, производственно-технический, финансовый, маркетинговый и организационно-управленчески), характеризующих как состояние его отдельных структурных компонентов, так и общий, интегральный уровень инновационной деятельности предприятий, включающего конкретизированную совокупность показателей его структурных компонентов с учетом их весовых коэффициентов. Весовые коэффициенты частных показателей потенциала рассчитываются на основе удельного веса каждого структурного компонента, определяемого путем расчета отношения количества коэффициентов каждого структурного компонента потенциала (от 1 до 6) к общему числу показателей (20) (формула 1):

$$\text{ИП} = 0,3\Pi_{\text{И}} + 0,15\Pi_{\text{НИ}} + 0,25\Pi_{\text{ПТ}} + 0,15\Pi_{\text{Ф}} + 0,1\Pi_{\text{М}} + 0,05\Pi_{\text{ОУ}}, \quad (1)$$

где ИП — интегральный показатель инновационной деятельности предприятия;
 $\Pi_{\text{И}}$ — частный показатель интеллектуального компонента;
 $\Pi_{\text{НИ}}$ — частный показатель научно-исследовательского компонента;
 $\Pi_{\text{ПТ}}$ — частный показатель производственно-технического компонента;
 $\Pi_{\text{Ф}}$ — частный показатель финансового компонента;
 $\Pi_{\text{М}}$ — частный показатель маркетингового компонента;
 $\Pi_{\text{ОУ}}$ — частный показатель организационно-управленческого компонента [2].

Частные показатели потенциала (Π) вычисляются по формуле 2:

$$\Pi = \frac{\sum_{i=1}^n K_i}{n}, \quad (2)$$

где K_i — значение показателя структурного компонента инновационной деятельности;
 n — количество показателей [2].

Значения интегрального показателя инновационной деятельности, а также его отдельных структурных компонентов задаются в интервале от 0 до 100.

Апробация методики комплексной оценки инновационного потенциала промышленных предприятий была проведена на ОАО МАЗ-МАН. Данное предприятие активно занимается инновационной деятельностью. В целом предприятие каждый год осваивает производство новых автомобилей, характеристики которых все лучше и лучше. Так, например, в 2022 г. был представлен новый концепт-продукт отечественного машиностроения — электрогрузовик для внутригородских и пригородных перевозок грузов МАЗ-МАН-4381EE, а точнее, макет перспективного транспортного средства. Опытный образец грузовика с электроприводом планируется изготовить к концу текущего года.

В связи с этим существует необходимость оценки его инновационных возможностей в целях определения перспективных направлений развития и выбора соответствующих стратегий. Значения количественных показателей структурных компонентов инновационных потенциалов указанных предприятий, рассчитанные исходя из данных их отчетности, представлены в таблице 1.

Т а б л и ц а 1 — Значения количественных показателей инновационной деятельности ОАО МАЗ-МАН

Количественные показатели инновационной деятельности		2021 г.
K_1	$K_{\text{ИП}}$	0,08
K_2	$K_{\text{НТС}}$	0,77
K_3	$K_{\text{ВО}}$	0,96
K_4	$K_{\text{УС}}$	0,03
K_5	$K_{\text{ОБ}}$	0,92
K_6	$K_{\text{В}}$	0,82
K_7	$K_{\text{ИС}}$	0,51
K_8	$K_{\text{ИН}}$	0,04
K_9	$P_{\text{ВН}}$	0,78
K_{10}	$K_{\text{ПР}}$	0,01

Окончание таблицы 1

Количественные показатели инновационной деятельности		2021 г.
K_{11}	$K_{МО}$	0,24
K_{12}	$K_{ГОДН}$	0,45
K_{13}	$K_{ОБЮ}$	0,03
K_{14}	$K_{АВТ}$	0,79
K_{15}	$K_{СК}$	0,97
K_{16}	П	0,57
K_{17}	$R_{ИН}$	0,54
K_{18}	$K_{УП}$	0,06
K_{19}	$K_{НЗ}$	0,15
K_{20}	$K_{ОУн}$	0,77

Примечание. Собственная разработка на основе [3].

Фактические значения и соответствующие уровни развития отдельных структурных компонентов, а также интегральных показателей инновационного развития исследуемого предприятия представлены в таблице 2.

Т а б л и ц а 2 — Значения коэффициентов структурных компонентов инновационной деятельности ОАО МАЗ-МАН

Коэффициенты структурных компонентов инновационной деятельности	2021 г.
$P_{И}$	0,60
$P_{НИ}$	0,44
$P_{ПТ}$	0,31
$P_{Ф}$	0,69
$P_{М}$	0,11
$P_{ОУ}$	0,77
ИП	47,46

Примечание. Собственная разработка на основе [3].

Практическое использование предложенной методики оценки инновационного потенциала показало, что у ОАО МАЗ-МАН имеются возможности развиваться в инновационном направлении в дальнейшем, его уровень эффективности инновационной деятельности находится на удовлетворительном уровне.

Самыми сильными компонентами инновационного развития предприятия является организационно-управленческие и финансовые. Научно-исследовательский, интеллектуальный компоненты инновационного развития предприятия в настоящее время находятся на среднем уровне – у них есть как сильные, так и слабые стороны. И, наконец, маркетинговый и производственно-технический компонент пока являются самым слабым среди составляющих.

Исходя из расчетов, предприятие может выбрать способы повышения инновационной деятельности, а именно маркетингового и производственно-технического компонента.

Комплекс мер по повышению эффективности инновационных процессов должен состоять из следующих блоков:

- разработка новых видов маркетинга инноваций;
- покупка и внедрение новых технологических линий, следовательно, упрощение и модернизация производительного процесса.

Маркетинг инноваций — достаточно новое понятие. Теория маркетинга инноваций формировалась вместе с концептуализацией инновационной проблематики. Степень материальности инновационного продукта, определяющая возможность демонстрации новинки потенциальным потребителям, является важнейшей характеристикой инновационного продукта с позиций его представления как товара и с позиций определения специфики маркетинга.

Наиболее осязаемыми являются разнообразные установки и технологические процессы, которые можно продемонстрировать, а наименее осязаемыми — идеи и замыслы.

Для повышения степени осязаемости инновационных продуктов используются приемы:

- изготовление виртуальных прототипов на компьютере
- подготовка компьютерной презентации продукта;

- изготовление макетов, моделей, опытных образцов и т.д.

Когда речь идет уже о готовом продукте, предлагаемом покупателям на товарном рынке, то важной характеристикой товарного предложения являются три уровня товара:

- базовое предназначение товара;
- товар в реальном исполнении;
- товар с сопровождением, под которым понимается комплекс услуг, оказываемых при продаже товара и в процессе последующей эксплуатации.

Для решения задач по наращиванию потенциала материально-технической базы необходимо разработать стратегическую программу, которая будет содержать и определять наиболее важные направления исследований и разработок, а также необходимые для этого ресурсы. Избранная инновационная стратегия предприятия эффективно будет реализовываться, если каждая из функциональных подсистем будет стремиться к достижению своих целей:

- в первую очередь безотходных, малоотходных, ресурсосберегающих технологий и техники для их осуществления;
- развитие перспективных разработок в области высокотехнологичных производств и макротехнологий;
- наличие современной диагностической аппаратуры состояния основных средств;
- высокое качество технического обслуживания и ремонта за счет применения новейшего оборудования;
- своевременное выявление незагруженного оборудования и производственных площадей;
- внедрение цифровых платформ [4].

Точная и последовательная работа в этих направлениях в результате повысит эффективность инновационной деятельности предприятия и как следствие вызовет рост эффективности функционирования хозяйствующего субъекта в целом.

Рассчитаем коэффициенты структурных компонентов инновационной деятельности после внедрения вышеуказанных мероприятий (таблица 3).

Т а б л и ц а 3 — Значения коэффициентов структурных компонентов инновационной деятельности СП ЗАО «МАЗ-МАН»

Коэффициенты структурных компонентов инновационной деятельности	2021 г.	2022 г.
П _И	0,60	0,60
П _{НИ}	0,28	0,36
П _{ПТ}	0,31	0,53
П _Ф	0,69	0,69
П _М	0,11	0,19
П _{ОУ}	0,77	0,77
ИП	45,04	52,61

Примечание. Собственная разработка на основе [3].

Следовательно, в результате реализации всех намеченных мероприятий произойдет увеличение коэффициентов структурных компонентов инновационной деятельности на СП ЗАО «МАЗ-МАН». Следовательно, за счет положительного влияния на маркетинговый и производственно-технический компоненты, произойдет общий рост интегрального показателя инновационной деятельности предприятия на 12,57 %.

Заключение. Рассмотренный подход вносит определенный вклад в развитие методики комплексного анализа эффективности инновационной деятельности предприятия, поскольку позволяет обеспечить понятную и объективную оценку и соответствии с этим принимать управленческие решения, что способно обеспечить рост эффективности деятельности на основе активного вовлечения в экономический оборот и наиболее полного использования инноваций.

Список цитируемых источников

1. Нехода, А. Г. Повышение конкурентоспособности предприятия на основе инновационной деятельности / А. Г. Нехода // НИРС БГЭУ Выпуск № 11. — Минск : БГЭУ, 2021. — С. 222 — 226.
2. Гонин, В. Н. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия / В. Н. Гонин, А. Н. Кашурникова. — М. : Финансы и статистика, 2016. — 522 с.
3. Официальный сайт «МАЗ-МАН» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ru.maz-man.by/> — Дата доступа: 21.04.2022.
4. Медынский, В. Г. Инновационный менеджмент / В. Г. Медынский. — Минск : БНТУ, 2018. — С. 450—451.