

## Оценка экономической эффективности инновационной деятельности организации BAIDU INC

*Чжан Жуйхао*

*Белорусский государственный университет, г. Минск, Республика Беларусь*

*Научный руководитель – Лапицкая Л.М., доцент кафедры инноватики и предпринимательской деятельности Белорусского государственного университета*

**Аннотация.** В динамичной внешней экономической и социально-политической среде деятельности организации достижение долгосрочных положительных результатов невозможно без постоянного обновления применяемых технологических, управленческих и сбытовых процессов, ассортимента продукции (товаров, услуг) и поиска новых рыночных возможностей (освоения новых сегментов рынка).

**Ключевые слова.** Инновации, инновационная деятельность, эффективность, инновационный процесс.

В современной науке признается важнейшая роль научно-технического прогресса в экономическом росте страны. На сегодняшний день повышения эффективности производства можно достичь преимущественно за счет развития инновационных процессов, получающих конечное выражение в новых технологиях, новых видах конкурентоспособной продукции.

В соответствии с международными стандартами инновация рассматривается как материализованный результат, полученный от вложения капитала в новую технику или технологию, в новые формы организации производства, труда и т.д. [1, с. 85].

Интерес к инновационной деятельности в современных условиях очень велик. Без использования инноваций практически нельзя создавать конкурентоспособную продукцию (работы, услуги). Однако конкурентные преимущества инновационного продукта на определенном отрезке времени не гарантируют этому продукту лидерство на следующем этапе технологических преобразований, и в результате непрерывных инноваций сокращаются жизненные циклы товаров.

В настоящее время наиболее актуальным становится вопрос эффективного управления инновационной деятельностью предприятия, независимо от его размера и формы собственности. Объектом исследования в данной работе выступает компания Baidu, предмет исследования ее инновационная деятельность.

Baidu, Inc. - китайская многонациональная технологическая компания, специализирующаяся на интернет-услугах и продуктах, а также искусственном интеллекте (ИИ), штаб-квартира которой находится в пекинском районе Хайдянь. Это одна из крупнейших компаний в области искусственного интеллекта и интернета в мире. Холдинговая компания группы зарегистрирована на Каймановых островах. Baidu была зарегистрирована в январе 2000 года Робинот Ли и Эриком Сюем. Поисковая система Baidu в настоящее время является четвертым по величине сайтом в интернет-рейтинге

Alexa. Baidu берет свое начало в RankDex, более ранней поисковой системе, разработанной Робинот Ли в 1996 году, прежде чем он основал Baidu в 2000 году.

Baidu предлагает различные услуги, включая китайскую поисковую систему, а также картографический сервис под названием Baidu Maps. Baidu предлагает около 57 поисковых и общественных сервисов, таких как Baidu Baike (онлайн-энциклопедия), Baidu Wangpan (облачный сервис хранения данных) и Baidu Tieba (дискуссионный форум на основе ключевых слов).

Подразделение Baidu Global Business Unit (GBU) отвечает за международные продукты и услуги Baidu для рынков за пределами Китая. Портфель продуктов Baidu GBU включает в себя клавиатурные приложения Simeji и Facemoji Keyboard, платформу рекомендаций контента popIn, сеть дополненной реальности OmniAR, японский смарт-проектор popIn Aladdin и рекламную платформу MediaGo, которая ориентирована на китайских рекламодателей, стремящихся охватить зарубежных пользователей. В 2017 году, Baidu в ГБУ вступила в партнерство с кнопкой вкл. выступать в качестве официального реселлера рекламы компании Snapchat в Большом Китае, Южной Корее, Японии и Сингапуре, партнерство было продлено в 2019 году.

В 2018 году, Baidu и лишили "Global DU business" часть своего бизнеса за рубежом, который разработан целый ряд полезных приложений, включая ES File Explorer, DU Caller, Mobojoy, Photo Wonder и DU Recorder и др. Этот бизнес теперь работает независимо от Байду под названием DO Global.

Baidu имеет вторую по величине поисковую систему в мире и занимает 76,05% рынка на китайском рынке поисковых систем. В декабре 2007 года Baidu стала первой китайской компанией, включенной в индекс NASDAQ-100. по состоянию на май 2018 года рыночная капитализация Baidu выросла до 99 миллиардов долларов США в октябре 2018 года Baidu стала первой китайской фирмой, присоединившейся к партнерству Консорциума компьютерной этики США по ИИ.

Baidu состоит из пяти больших направлений: Search — поисковый сервис; Newsfeed — «умная» лента вроде сервиса «Яндекс.Дзен»; iQiYi — видеосервис, микс YouTube и Netflix; FSG — финансовые сервисы; AI-проекты. Также Baidu принадлежат 20,5% Strip (путешествия), 2,3% DiDi (такси), 5% Ele.me (доставка еды) и 3,2% Bitauto (продажа авто) — всё вместе это стоит около \$8 млрд.

Baidu - крупнейшая поисковая система Китая, занимающая около 70% рынка. Он зарабатывает деньги на рекламе, как и Google. Но в 2019 году компания столкнулась с серьезными проблемами на внутреннем рынке, в результате чего в прошлом году акции упали примерно на 20%. В 2019 году рынок рекламы в Китае замедлился, и регулирующие органы также внимательно следили за онлайн-рекламой. Это повлияло на рынок, а также на Baidu, который в значительной степени полагается на доходы от рекламы. Компания также сталкивается с жесткой конкуренцией в КНР.

Во главе предприятия находится президент, который имеет в подчинении вице-президентов. Он организует всю работу предприятия и несет полную

ответственность за результаты производственно-хозяйственной деятельности Baidu. Президент представляет предприятие во всех учреждениях и организациях, заключает договора, издает приказы по предприятию, открывает в банках счета предприятия и выполняет целый ряд других функций.

В непосредственном подчинении директора офиса находятся три заместителя: по маркетингу, по экономике и по кадрам, а также главный бухгалтер и юрист-консульт.

В компании Baidu линейно-функциональная (комбинированная) структура управления, так как основана на тесном сочетании линейных и функциональных связей в аппарате управления. Она обеспечивает такое разделение труда, при котором линейные звенья принимают решения и управляют, а функциональные – консультируют, информируют, координируют и планируют хозяйственную деятельность. В основу организации функциональных действий положен линейный принцип. Руководитель функционального отдела является одновременно линейным руководителем непосредственно подчиненных ему работников.

Линейно-функциональная структура характеризуется также слабыми горизонтальными связями между функциональными отделами. Поэтому нередко некоторые аналогичные функции управления осуществляют недостаточно согласованно.

Среди всего многообразия факторов влияющих на развитие деятельности Baidu наибольшее значение имеют представленные ниже факторы, разделенные на четыре сектора (таблица 1).

**Таблица 1.– Четырехполюсная матрица STEP-анализа**

Социальные факторы:	Технологические факторы:
1. Изменение половозрастной структуры населения региона	1. Развитие приложений и новых видов бизнеса
2. Дифференциация населения по уровню доходов	2. Развитие электронного маркетинга
3. Активность потребителей	3. Расширение количества компаний, использующих ИИ
Экономические факторы:	Политические факторы:
1. Зависимость дохода компании от рекламы (реклама с ранжированием по цене)	1. Государственное влияние в отрасли
2. Регулирование цен и заработной платы	2. Законодательство по защите прав потребителей
3. Инвестиционная политика в отрасли	3. Регулирование занятости населения

Примечание – Источник: собственная разработка

Среди экономических факторов, оказывающих влияние на деятельность Baidu, можно выделить зависимость дохода компании от рекламы, регулирования цен и заработной платы, инвестиционной политики в отрасли.

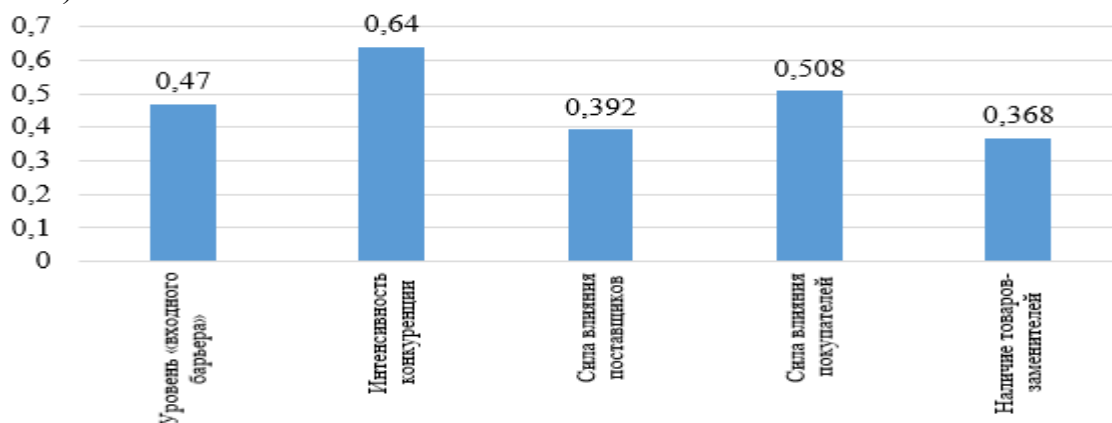
Политическими факторами, оказывающими действия на Baidu, являются государственное влияние в отрасли, законодательство по защите прав потребителей, регулирование занятости населения.

Далее проведем PEST-анализ экспертным путем (таблица 2).  
Таблица 2. – Оценка степени влияния факторов внешней среды

Факторы	Эксперты (степень влияния)				Средняя оценка	Весовой коэфф.
	Э1	Э2	Э3	Э4		
1	2	3	4	5	6	7
<b>Социальные факторы</b>						
Изменение половозрастной структуры населения региона	1	2	1	1	1,25	0,053
Дифференциация населения по уровню доходов	2	2	2	1	1,75	0,074
Активность потребителей	3	3	3	2	2,75	0,117
<b>Технологические факторы</b>						
Развитие ассортимента	2	2	3	3	2,5	0,106
Развитие электронного маркетинга	2	1	1	2	1,5	0,064
Расширение количества компаний, использующих ИИ	2	3	2	3	2,5	0,106
<b>Экономические факторы</b>						
Сезонная нестабильность спроса и его зависимость от платежеспособности потребителей	2	2	2	1	1,75	0,074
Регулирование цен и заработной платы	1	2	1	2	1,5	0,064
Инвестиционная политика в отрасли	2	1	1	2	1,5	0,064
<b>Политические факторы</b>						
Государственное влияние в отрасли	3	2	2	2	2,25	0,096
Законодательство по защите прав потребителей	3	3	2	3	2,75	0,117
Регулирование занятости населения	1	2	2	1	1,5	0,064
Итого	-	-	-	-	23,5	1,000

Примечание – Источник: собственная разработка

Задачей эксперта выступает оценка степени влияния и характера влияния различных факторов внешней среды на организацию. По результатам проведенной оценки можно построить диаграмму влияния конкурентных сил (рисунок 1).



**Рисунок 1– Влияние конкурентных сил на деятельность Baidu**

Примечание – Источник: собственная разработка

Можно сделать вывод, что наиболее высокое воздействие среди факторов конкурентной среды имеют интенсивность конкуренции и сила влияния покупателей. SWOT-анализ Baidu представлен в таблице 3.

**Таблица 3. – SWOT-анализ Baidu**

Внутренние сильные стороны	Балл	Внутренние слабые стороны	Балл
Рост объемов продаж	4	Увеличение удельного веса себестоимости в выручке	2
Широкий ассортимент	3	Низкий иннов. потенциал	3
Квалифицированная рабочая сила	3	Текучность кадров	3
Налаженные контакты	5	Большая деб. и кредиторская задолженности	4
Приемлемая цена продукции	3	Низкий уровень маркетинга	4
Итого	18	Итого	17
Внешние возможности	Балл	Внешние угрозы	Балл
Выход на новые рынки сбыта	3	Рост цен на сырье и ресурсы	2
Применение современных технологий продаж	3	Конкуренты с продукцией высокого качества	4
Расширение ассортимента	4	Снижения уровня спроса	3
Снижение уровня конкуренции	2	Ужесточение законодательства	1
Итого	12	Итого	10

Примечание – Источник: собственная разработка

Угроза со стороны внешней среды составляет 10 баллов: рост цен на сырье и ресурсы, снижения уровня спроса, конкуренты с продукцией высокого качества, ужесточение законодательства. Внешние возможности для организации немного больше (12 баллов) и в основном заключаются в совершенствовании ассортимента. Определим связь между возможностями, угрозами, сильными и слабыми сторонами деятельности Baidu (таблица 4.).

**Таблица 4. – Обобщающая матрица SWOT-анализа Baidu**

Организация	Внешняя среда	
	Возможности (О)	Угрозы (Т)
Сильные стороны (S)	$18 \times 12 = 216$	$18 \times 10 = 180$
Слабые стороны (W)	$17 \times 12 = 204$	$17 \times 10 = 170$

Примечание – Источник: собственная разработка

Как видно из таблицы 2.7, Baidu попало в квадрат «Сильные стороны – Возможности», что свидетельствует о том, что для успешного продолжения деятельности организация должно использовать внешние возможности для усиления своих сильных сторон. Следовательно, на внутреннем рынке организации следует реализовать стратегию концентрированного роста – усиление позиции организации на рынке за счет активизации маркетинговой деятельности.

Таким образом, на деятельность Baidu оказывают влияние различные факторы внешней среды, в том числе социальные, технологические, экономические, политические. При разработке стратегии развития организации необходимо принимать во внимание направленность действия данных факторов.

Так, наибольшее отрицательное влияние на деятельность Baidu оказывают, такие факторы как сезонная нестабильность спроса и его зависимость от платежеспособности потребителей, общий низкий технический уровень и технологическая оснащенность организаций отрасли, регулирование цен и заработной платы и государственное влияние в отрасли.

Что касается факторов, оказывающих наибольшее положительное влияние на деятельность Baidu, то таковыми являются активность потребителей, развитие ассортимента, законодательство по защите прав потребителей. В целом среда функционирования Baidu изменчива, характеризуется быстрыми переменами, она нестабильна и создает большие трудности для управления. Это говорит о целесообразности выбора системы управления в условиях стратегических неожиданностей. Наибольшее влияние среди конкурентных сил на деятельность Baidu оказывает интенсивность конкуренции и сила влияния покупателей. Наименьшее влияние среди конкурентных сил на деятельность Baidu оказывает наличие товаров-заменителей.

Миссия Baidu – обеспечивать клиентов только лучшими и качественными технологиями в области интернет-технологий. Для успешной ее реализации в Baidu целесообразно разработать и внедрить новую систему управления текущей деятельностью, основанную на методике стратегических карт.

Стратегическая карта – документ, содержащий показатели, сгруппированные по четырем составляющим: финансовой, маркетинговой, внутренних бизнес-процессов и составляющей качества и развития персонала.

Перед разработкой стратегической карты разработаем контрольные точки инновационной стратегии Baidu (таблица 5).

**Таблица 5. – Контрольные точки при разработке инновационной стратегии Baidu**

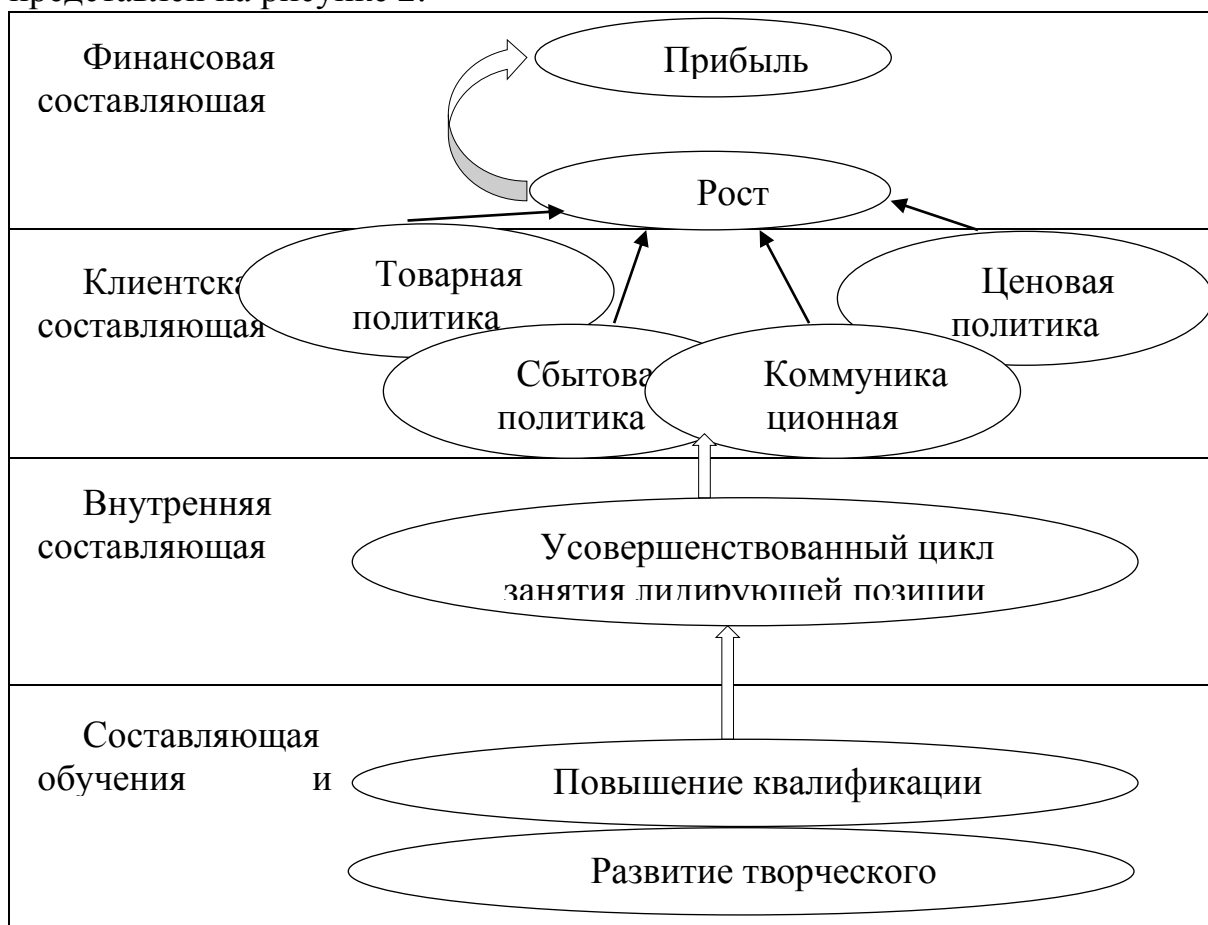
Контрольный вопрос	Формулировка видения организации и миссии			
Чем будет отличаться организация от конкурентов в случае реализации своей миссии?	Для сотрудников и владельцев	Для потребителей	Для системы внутреннего управленческого контроля	Для способности организации к развитию и инновационной деятельности
	Аспект финансовой деятельности и деловой среды	Аспект отношений с потребителями	Аспект внутренних бизнес-процессов	Аспект развития и повышения квалификации персонала
Какие факторы являются ключевыми для успешной реализации миссии?	Оценка текущей деятельности Контроль затрат Рентабельность	Репутация / имидж Удовлетворенность потребителей и отношения с ними Качество обслуживания	Эффективность и качество внутренних процессов Операционный контроль Прогрессивные технологии и их доступность сотрудникам	Переподготовка и развитие персонала Операционная эффективность Информация о реализуемых товарах

Примечание – Источник: собственная разработка

Стратегическая карта формируется из системы сбалансированных показателей и позволяет наглядно показать стратегию организации, описать причинно-следственные связи между ее отдельными элементами.

Заметим, что стратегическая карта очень индивидуальна. В качестве основной цели стратегии Baidu выступает увеличение прибыли организации.

Стратегическое направление – ускоренный цикл выведения продукции на рынок. Кроме того, стратегическая карта Baidu определяет специфические возможности нематериальных активов организации – человеческого, информационного и организационного капитала, которые необходимы для решения задач внутренней составляющей. Пример стратегической карты Baidu представлен на рисунке 2.



**Рисунок 2. – Стратегическая карта Baidu**

Примечание – Источник: собственная разработка

Таким образом, в качестве основных направлений по совершенствованию стратегического планирования инновационной деятельности в Baidu выступают разработка и утверждение стратегической карты организации, на основании которой будет осуществляться разработка стратегии развития организации.

#### Библиографические ссылки

1. Тебекин А.В. Инновационный менеджмент: Учебник для бакалавров / А.В. Тебекин. - М.: Юрайт, 2013. - 476 с.