

Организационно-производственные условия имеют большое значение для реализации трудового потенциала работников на предприятиях малого и среднего бизнеса. При этом фактором, объединяющим и увязывающим все компоненты организационно-производственной среды, является организационная культура. Высокий уровень ее развития обеспечивает повышение качества продукции, возможность внедрения и применения инноваций, экономию всех видов ресурсов и, следовательно, повышение прибыльности предприятия. Влияние организационной культуры на результативность функционирования предприятий будет учитываться в дальнейших исследованиях при разработке мероприятий по повышению эффективности их деятельности.

Список использованных источников

1. Кулик, А. К. Трудовой потенциал промышленных предприятий: понятие и структура / А. К. Кулик, И. Ф. Пономарёв // Актуальные проблемы социально-трудовых отношений: Материалы IV Всероссийск. науч.-практ. конф. с междунар. участием. – Махачкала: НИЦ «Апробация», 2016. – С. 201–203.

2. Обьедкова, Л. В. Специфика формирования организационной культуры российских компаний / Л. В. Обьедкова, С. Ю. Соболева // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. – 2009. – № 2 (15). – С. 165–169.

3. Кузнецов, А. А. Корпоративная или организационная культура как объект менеджмента? / А. А. Кузнецов // Основы экономики, управления и права. – 2014. – № 4 (16). – С. 92–96.

А. А. Пыренкова, И. А. Кондаурова
Донецк

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИЙ НА ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПЕРСОНАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Движущей силой экономического роста в условиях формирования экономики знаний выступают инновации, с помощью которых как отдельные предприятия, так и целые государства в своем стремлении добиться технологического преимущества могут не только достичь повышения производительности и конкурентоспособности

на мировом рынке, но и обеспечить основы своего долгосрочного экономического развития.

В условиях экономики знаний все больше фактов свидетельствуют о важности ускоренного внедрения инноваций, без которого трудно удержать лидерские позиции. Если говорить о слаборазвитых странах и низкоэффективных предприятиях, то они имеют шанс догнать лидеров, ушедших вперед, и обеспечить свое технологическое первенство в случае, если смогут освоить стратегически правильную модель инновационного саморазвития.

Зарубежный опыт свидетельствует о том, что инновации сделали из таких отсталых стран как, например, Япония, Южная Корея, Тайвань промышленно продвинутые страны. Непрерывное общественно-техническое развитие, систематическое повышение индивидуальной способности видеть и решать проблему, основанное на обучении, научной деятельности массового характера – это главная черта нашего времени, приобретенная в ходе широкого использования метода стратегически форсированной инновации. Инновационное ускорение общественно-технического прогресса является основной характеристикой передовых стран мира за последние столетия.

Показателем инновационных способностей можно считать период времени, необходимый для полного освоения перенятых технологий. В Японии 60-х годов прошлого века для полного освоения новой технологии было нужно 5–7 лет, а в конце 80-х достаточно было нескольких месяцев, чтобы не только перенять технологию по лицензии, освоить ее, но и превзойти по производительности поставщика технологий [1].

Теоретические и практические аспекты проблемы повышения конкурентоспособности работников и предприятий, а также влияние на них инновационной активности исследовали такие ученые, как А. И. Амоша, С. И. Бандур, Д. П. Богиня, Е. А. Гришнова, Г. А. Дмитренко и др. Однако данная проблема и сегодня остается актуальной.

Цель данной работы заключается в освещении проблем инновационной деятельности предприятий и ее влияния на повышение конкурентоспособности персонала промышленных предприятий.

Повышение конкурентоспособности персонала промышленных предприятий тесно связано с «всплеском» его инновационной активности. Оба эти явления не являются случайными. Они основываются на комплексном подходе менеджеров к созданию разнообразных экономических, психологических, социальных, статусных стимулов

к постоянному образовательно-профессиональному развитию персонала и проявлению творчества, поскольку это приносит предприятию очевидные экономические выгоды и желаемые конкурентные позиции на рынке.

Возможность внедрения инноваций на отечественных промышленных предприятиях определяется рядом факторов, которые аккумулируют внутренние и внешние возможности и угрозы. Государственная политика по повышению восприятия инноваций предприятиями должна обеспечивать формирование и результативное функционирование системы механизмов, способных стимулировать спрос на инновации со стороны производителей, в частности, покупать инновационную технику и технологии; наращивать нематериальные активы; обновлять ассортимент продукции и улучшать ее качество [2].

В данном аспекте позитивным является опыт стран Европейского Союза по стимулированию инновационной деятельности: в большинстве стран ЕС предоставляется государственная поддержка предприятиям, которые разрабатывают и реализуют новые товары и технологии.

Именно отсутствие совершенной системы подобных стимулов наряду с другими важными причинами (экономическая, финансовая, платежная, технико-технологический кризис, снижение макроэкономического спроса на инновации и др.) привели к неготовности многих отечественных предприятий сохранить и приумножить качество трудового потенциала в интересах разработки и внедрения инноваций.

Отсутствие прибыли или низкая рентабельность предприятий ограничивает возможности предприятий в повышении конкурентоспособности персонала (прежде всего в выделении средств на профессиональное обучение и повышение квалификации). Введение в действие новых технологических линий, станков и других средств производства осуществляется очень медленно и составляет мизерную долю от имеющейся стоимости основных средств. Инновационно-информационный фактор еще не стал весомым рычагом роста конкурентоспособности персонала промышленных предприятий, поскольку непосредственно затрагивает интересы малой доли работников.

Причины низкой инновационной активности связаны, прежде всего, с тем, что основным источником финансирования внедрения новшеств сегодня являются собственные средства предприятий, которые являются ограниченными.

Поэтому необходима разработка программы инновационного развития с участием финансирования инновационных процессов из трех источников: государственного бюджета, региональных средств и прибыли предприятий региона.

В отличие от распространенного зарубежного опыта, для которого характерна активная социально-экономическая поддержка образовательно-профессионального развития персонала и его инновационной активности со стороны фирм и корпораций, в ряде стран постсоветского пространства преобладают противоположные тенденции:

- лишь каждое восьмое предприятие имеет непосредственное отношение к инновациям и заинтересовано в творческом развитии специалистов;
- творчество, изобретательство, стремление к повышению квалификации на большинстве предприятий практически не поощряется;
- угрожающие масштабы приобрело старения кадров, которые имеют отношение к заводской науке;
- руководители предприятий, как правило, редко возмещают расходы работников на получение образования, в частности в высших учебных заведениях;
- рост конкурентоспособности каждого отдельного работника на предприятии, как правило, остается его личным делом [3].

Из вышеизложенного можно сделать вывод о противоречивости ситуации: с одной стороны, на уровне общества сформировалось однозначное понимание необходимости внедрения модели инновационного развития, повышение конкурентоспособности персонала, с другой стороны, реалии свидетельствуют об ограниченности внимания государства к этим вопросам и недооценке этой проблемы на уровне предприятий. Необходимо сформировать такую систему взаимодействия между наукой, промышленностью и обществом, при которой инновации служили бы базой для развития промышленности и общества, а те, в свою очередь, стимулировали бы новые научные исследования. При реализации такого механизма должна действовать двусторонняя связь между инновациями и объектами их применения.

Список использованных источников

1. *Кондаурова, И. А.* «Конкурентоспособность персонала» в системе категорий экономики труда / И. А. Кондаурова, А. А. Пыренкова // Друкеровский вестник. – 2016. – № 3. – С. 212–218.

2. *Кондаурова, И. А.* Конкурентоспособность персонала как условие эффективной деятельности предприятия / И. А. Кондаурова, А. А. Пыренкова // Сборник научных трудов по материалам I Междунар. науч.-практ. конф.: «Институциональные преобразования в условиях рыночной экономики в отраслях промышленности». – 2016. – С. 56–62.

3. *Семикіна, М. В.* Інноваційна праця в конкурентному середовищі: загальна методологія, мотиваційні основи регулювання / М. В. Семикіна, Л. А. Коваль. – Кіровоград: Степ, 2002. – 212 с.

А. Н. Русак

Республика Беларусь, Минск

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Направления инновационного развития предприятия должны определяться необходимостью и возможностями совершенствования производства и управления в результате исследования предпочтений потребителей. Конкуренция способствует созданию новых уникальных технологий продвижения товаров, использованию новых методов маркетинговых исследований, новых форм и инструментов коммуникационной политики, инновационных маркетинговых коммуникаций. Развитие инновационных маркетинговых коммуникаций, как совершенствование процесса управления продвижением товаров и услуг, может являться следствием других видов инновационной активности предприятия.

В осуществлении маркетинговой деятельности предприятиями при продвижении своих товаров и услуг все чаще используются интернет-технологии. Информационно-коммуникационным технологиям, согласно стратегии развития информационного общества в Республике Беларусь, отводится роль одного из приоритетных направлений инновационного развития экономики. В мировом рейтинге по индексу развития информационно-коммуникационных технологий Республика Беларусь занимает 36-е место, Украина – 79-е место, Польша – 44-е место, Казахстан – 58-е место (исследование проведено Международным союзом электросвязи в 167 странах мира в период с 2014 по 2015 год) [1].