

Инновационный менеджмент и инновационная деятельность в современных условиях — это образование в крупнейших фирмах единых научно-технических комплексов, объединяющих в единый процесс исследование и производство. Это определяет тесные связи на всех уровнях цикла «наука — производство — конечный потребитель».

Сегодня в инновационной политике крупных фирм отчётливо проявилась тенденция к переориентации направленности научно-технической и производственно-сбытовой деятельности. Она выражается, прежде всего, в стремлении к повышению в ассортименте выпускаемой продукции удельного веса новых наукоемких и высокотехнологичных изделий, сбыт которых ведёт к расширению сопутствующих технических услуг: консультационных, инжиниринговых, обслуживающих [4, с. 65].

Для выживаемости организации в новых условиях рынка именно инновационный менеджмент, его результаты являются главным условием успеха и эффективности. Качество реализованных нововведений существенно зависит от того, как организован инновационный процесс в организации.

Для успешного осуществления инноваций необходимы адаптация к требованиям рынка, технологическое превосходство товара, стремление к выпуску новых товаров, использование оценочных процедур, благоприятная конкурентная среда, соответствующие организационные структуры управления.

Негативное воздействие на инновационный менеджмент оказывают поверхностный анализ рынка, нехватка финансовых и материальных ресурсов, производственные и коммерческие проблемы.

Одна из основных функций инновационного менеджмента — планирование инновационной политики организации. Основная цель которой — объединение всех участников проекта на выполнение комплекса работ для достижения конечного результата. Поскольку инновационный менеджмент значительно отличается от серийного производства, традиционные приёмы планирования не могут обеспечить конкретных показателей организации за плановый и фактический периоды. Поэтому при планировании инновационной политики необходимо использовать как общие подходы к планированию, так и специфичные для инновационной деятельности принципы [2, с. 27].

Таким образом, в современных условиях инновационный менеджмент призван играть прогрессивную роль в обществе, развивая бизнес, тем самым развивая и отечественную экономику, содействовать инновационному развитию и технологическому прогрессу; выступать в качестве гаранта и двигателя общественного развития, носителя прогрессивных ценностей, основы нового общества и защитника национальных интересов.

Современная инновационная экономика требует и современного подхода к решению проблемы кадрового обеспечения, подразумевающего комплексное развитие инновационного менеджмента. В настоящее время интеллектуальный потенциал страны должен стать основой её дальнейшего развития.

Список цитируемых источников

1. Александров, Н. Н., Проблемы инновационного менеджмента / Н. Н. Александров // Акад. Тринитаризма. — М. : [б. и.], 2011. — № 77-6567. — Публ.16924.
2. Друкер, П. Ф. Бизнес и инновации / П. Ф. Друкер. — М. : Вильямс, 2009. — С. 432.
3. Сорокин, А. П. Управление инновациями / А. П. Сорокин. — Минск : Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2010. — 154 с.
4. Харгадон, Э. Управление инновациями. Опыт ведущих компаний = How Breakthroughs Happen. The Surprising Truth About How Companies Innovate / Э. Харгадон. — М. : Вильямс, 2010. — С. 304.

Материал поступил в редакцию 10.02.2012 г.

УДК 621.002.6

Л. А. Прокопович

Учреждение образования

«Барановичский государственный университет»,

г. Барановичи, Республика Беларусь

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ МАШИНОСТРОЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ ПРИНЦИПОВ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ПОДДЕРЖКИ ИЗДЕЛИЯ

Наше государство с самого начала взяло курс на формирование инновационной социальной экономики. Программой социально-экономического развития Республики Беларусь определено, что главными направлениями повышения уровня конкурентоспособности экономики является её перевод на инновационный путь развития.

В общем смысле конкурентоспособность — это обладание каким-либо субъектом хозяйствования свойствами, дающими преимущества в соревновании с конкурентом. Конкурентоспособность становится одним из ключевых понятий, в котором концентрированно выражаются экономические, научно-технические, производственные, организационно-управленческие, маркетинговые и иные возможности не только отдельного товара, отрасли, но и экономики страны в целом.

Конкурентные преимущества достигаются за счёт природных, материальных, трудовых и финансовых факторов: более дешёвых производственных ресурсов, выгодного географического положения страны, высокой производительности труда, более современных технологий, развитой инфраструктуры. Однако успех в международной конкуренции на сегодняшний день определяет не столько наличие природных, человеческих, финансовых и других ресурсов, сколько эффективное их использование.

Конкурентоспособность национальной экономики — это способность страны как геополитического субъекта производить и реализовывать товары и услуги, отвечающие требованиям мировых рынков, и создавать условия наращивания государственных ресурсов со скоростью, позволяющей обеспечивать устойчивые темпы роста ВВП и качество жизни населения на уровне мировых значений [1].

Конкурентоспособность продукции белорусских предприятий обеспечивается созданием наукоемкой продукции с применением новых материалов, современных ресурсосберегающих технологий и оборудования. Многие белорусские предприятия в условиях жесточайшей конкурентной борьбы сохраняют завоеванные экспортные позиции и эффективно пробиваются в новые регионы. Это происходит за счёт постоянного обновления выпускаемой продукции, зачастую не имеющей аналогов в мире или СНГ.

Так, Белорусский металлургический завод (БМЗ), продукция которого (литые заготовки, арматура, проволока) уже поставляется более чем в 50 стран мира, а экспорт превышает 85% объёма производства, освоил новое уникальное производство инновационной продукции — бесшовных горячекатаных труб.

Новой продукцией производственного объединения «Белорусский автомобильный завод» (БелАЗ) являются карьерные самосвалы грузоподъёмностью 220 т, предназначенные для перевозки горной массы и сыпучих грузов в различных климатических условиях. Карьерный самосвал БелАЗ-7555В и прицеп для транспортировки лодок БелАЗ-8902 стали лучшими товарами Беларуси. Абсолютный рекорд экспорта был достигнут Белорусским автозаводом в 2011 году. Наращивая объёмы производства и продажи техники, БелАЗ из месяца в месяц не только выполнял, но и перевыполнял прогнозные показатели. Продукция предприятия была реализована на рекордную сумму — более одного млрд дол., при этом внешнеторговое сальдо составило 460 млн дол. По результатам 2011 года производство товарной продукции и экспорт увеличились на 150%. БелАЗу принадлежит 30% мирового рынка большегрузных автомобилей. Продукция поставляется более чем в 70 стран мира.

Продукция Минского автомобильного завода — это техника, соответствующая экологическим стандартам Евро-3, Евро-4, Евро-5. Под маркой «МАЗ» с конвейера завода сходят седельные тягачи, бортовые автомобили, шасси под установку различного спецоборудования. Всего более 500 моделей и модификаций. Тягач Минского автомобильного завода МАЗ-5440А9 был признан победителем в конкурсе «Лучший грузовик года России», который прошёл в рамках Международной специализированной выставки коммерческого автотранспорта ««КОМТРАНС» — 2010». В борьбе за это звание МАЗ обошёл грузовики всемирно известных производителей: Mercedes, Volvo, Scania, КамАЗ, Урал. Минский автомобильный завод активно осваивает производство новых образцов грузовой и пассажирской автомобильной техники, не имеющей аналогов в СНГ. Автобусы пятого поколения 2009 года экспортируются в государства ЕС и полностью отвечают требованиям стран Евросоюза.

В настоящее время в мире насчитывается более 100 производителей тракторов. Однако лишь 8 из них обеспечивают 96% общего объёма мирового рынка сбыта этой техники. Минский тракторный завод входит в их число. «Минский тракторный завод» разрабатывает, изготавливает и экспортирует колёсные тракторы, запасные части, организует на лицензионной основе их производство, оказывает услуги по наладке и проведению сервиса. На протяжении ряда лет завод сохраняет за собой долю в 8—10% от мирового рынка колёсных тракторов, находясь в восьмёрке крупнейших мировых производителей. В настоящее время ПО «Минский тракторный завод» ведёт активную деятельность на рынках более чем 60 государств и имеет сборочные производства в различных уголках планеты. Сегодня Беларусь производит почти 80% от общего выпуска тракторов среди государств СНГ и является основным их экспортёром в эти страны.

Так, в рамках выполнения государственной научно-технической программы «CALS-технологии», в 2011 году на РУП «МТЗ» осуществлялась комплексная автоматизация процессов производства, которая охватила все этапы жизненного цикла производимой продукции: проектирование, подготовку к производству, производство, реализацию, эксплуатацию и утилизацию. Разработка и внедрение подобного комплекса позволяет повысить эффективность реагирования на замечания потребителей тракторной техники, обеспечить оперативное внесение необходимых изменений в конструкцию и систему контроля качества продукции.

Эти данные являются подтверждением открытости нашей экономики, а также демонстрируют высокий уровень конкурентоспособности белорусской продукции на европейском и мировых рынках.

Широкий выход на рынки развитых стран невозможен без выполнения жёстких требований международных стандартов по интегрированной логистической поддержке наукоемкой продукции. Необходимо не только совершенствовать сложную наукоемкую продукцию Республики Беларусь, но и обеспечить их полное соответствие требованиям международных норм.

В настоящее время актуальным является внедрение на белорусских предприятиях интегрированных систем качества на основе комплекса международных стандартов, что способствует повышению конкурен-

тоспособности белорусской продукции, устранению технических барьеров при её поставках на мировые рынки. К примеру, в 2009 году система менеджмента качества РУП «МТЗ» успешно прошла инспекционный контроль на соответствие требованиям СТБ ISO 9001-2009 и требованиям DIN EN ISO 9001:2008. Предприятие имеет сертификаты соответствия на систему менеджмента качества № BY/112 050.01.002 00336 от 21.08.2004 года и № QMS-00026 от 21.06.2004 года.

В современный период глобализации экономики мало работать над совершенствованием продукции. Необходимо, чтобы выпускаемая продукция была конкурентоспособной на мировом рынке, это означает, что она должна наилучшим образом соответствовать запросам потребителей. Именно маркетинговый подход к управлению предприятием позволяет сформулировать стратегическую задачу: «обеспечить более высокий уровень удовлетворённости потребителя по сравнению с конкурентами». Для решения этой задачи могут применяться различные методы. Одним из современных весьма эффективных методов является логистика.

Маркетинг нацелен на исследование рынка, на психологическое воздействие на покупателя и т. д.

Логистика же в первую очередь нацелена на создание технико-технологических сопряжённых систем по жёсткому критерию минимизации затрат и удовлетворения потребности точно в срок [2].

Маркетинг отслеживает, определяет возникший и прогнозирует будущий спрос, отвечает на вопросы: какой товар нужен, где, когда, в каком количестве и какого качества. Логистика обеспечивает практическое решение этих вопросов. Она конкретизирует и делает количественно измеримыми цели работы предприятия. Методы технико-технологической интеграции всех участников процесса производства и товародвижения являются предметом изучения не маркетинга, а логистики.

Логистика — это искусство и наука определения потребностей, а также приобретения, распределения и содержания в рабочем состоянии в течение всего жизненного цикла всего того, что обеспечивает эти потребности. Логистика — уникальная сфера творчества для стратегической ориентации [3].

Военные первыми оценили эти преимущества и взяли на вооружение такие методы. Получило развитие новое направление в логистике — логистическая поддержка.

В словаре терминов даётся следующая характеристика данного понятия. «Логистическая поддержка — это разработка, закупка, хранение, транспортирование, распределение, эвакуация и утилизация средств ведения войны; проектирование, строительство и эксплуатация предназначенных для нужд вооружённых сил объектов инфраструктуры и капитального строительства; другие работы, связанные с материально-бытовым обеспечением вооружённых сил» [3].

Глобализация экономики превратила производство любой продукции «в поле военных действий» и заставила применять все последние достижения науки для выживания в условиях международной конкуренции.

Таким образом, сегодня в условиях инновационной экономики и глобального экономического кризиса требуется объединение (сочетание) агрессивного маркетинга и методов интегрированной логистической поддержки жизненного цикла инновационной наукоёмкой продукции для обеспечения её конкурентоспособности.

В целом это современное научное направление можно обозначить как совокупность управленческих технологий, организационных и инженерно-технических решений, ориентированных на оптимизацию затрат на всех фазах жизненного цикла изделия от зарождения идеи до утилизации, отслужившей свой срок продукции [4].

Концептуальная схема взаимодействия научных методов и дисциплин, технических и технологических факторов производства для достижения высокого уровня конкурентоспособности продукции представлена на рисунке 1.

Определение понятия «интегрированная логистическая поддержка» связано с важнейшим потребительским свойством любого объекта машиностроения — размером затрат на поддержку его жизненного цикла. Создание и внедрение принципов интегрированной логистической поддержки в первую очередь нацелено на сокращение затрат на этапе эксплуатации.

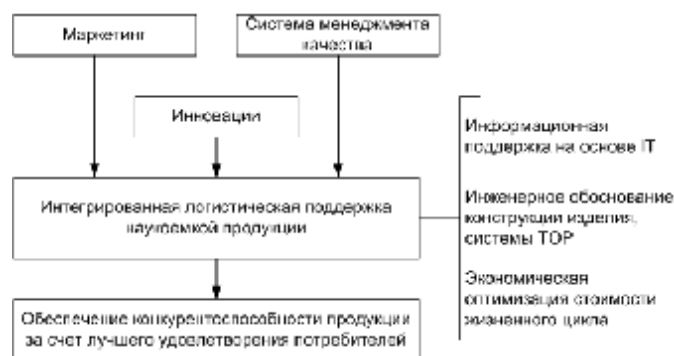


Рисунок 1 — Концептуальная схема обеспечения конкурентоспособности продукции [4]

В настоящее время рассматриваемое научное направление наиболее полно проработано для продукции военного назначения. В этом виде продукции наиболее важным являются тактико-технические показатели изделия. Они в основном и главным определяют конкурентоспособность такой продукции, а экономические показатели являются сопутствующими. Для продукции гражданского назначения экономические показатели являются главными. Обеспечение конкурентоспособности гражданской продукции, в частности продукции машиностроения, обозначает, прежде всего, повышение экономической эффективности использования изделия по назначению [4].

Проблема применения принципов интегрированной логистической поддержки приобрела особую актуальность в связи с выходом отечественных предприятий на международные рынки и потребностью снизить затраты на владение сложной наукоёмкой техникой. Данному вопросу должно уделяться самое пристальное внимание. Именно эффективность использования инновационной наукоёмкой продукции по назначению при комплексном учёте затрат на изготовление и владение за весь жизненный цикл предопределяет её высокую конкурентоспособность. Сегодня в условиях инновационной экономики требуется объединение маркетингового подхода к управлению предприятием, использование инноваций, внедрение системы менеджмента качества, а также методов интегрированной логистической поддержки жизненного цикла наукоёмкой продукции.

Список цитируемых источников

1. Бугаев, В. П. Инновации, инвестиции, эффективность : пособие для студентов эконом. специальностей / В. П. Бугаев, Е. В. Бугаева. — Гомель : БелГУТ, 2005. — 139 с.
2. Бром, А. Е. Интегрированная логистическая поддержка жизненного цикла наукоёмкой продукции : учебник / А. Е. Бром, А. А. Колобков, И. Н. Омельченко ; под ред. А. А. Колобкова. — М. : МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2008. — 296 с.
3. Резер, С. М. Логистика. Словарь терминов / С. М. Резер, А. Н. Родников. — М. : ВИНТИ РАН, 2007. — 412 с.
4. Бугаев, В. П. Интегрированная логистическая поддержка жизненного цикла наукоёмкой продукции : учеб.-метод. пособие / В. П. Бугаев, Е. В. Бугаева ; М-во образования Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т трансп. — Гомель : БелГУТ, 2009. — 254 с.

Материал поступил в редакцию 03.02.2012 г.

УДК 331.586

В. В. Сапун

Учреждение образования

«Белорусский государственный экономический университет»,

г. Минск, Республика Беларусь

МОДЕЛЬ ГРЕЙДОВ В СИСТЕМЕ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Сегодня, наряду с получением прибыли и повышением капитализации, первостепенное значение имеют стратегические цели завоевания рынка и достижения конкурентных преимуществ. Лояльность клиентов, способность компании обеспечить их удержание, рост клиентской базы, прогрессивность технологии и отлаженность бизнес-процессов в сочетании с высококвалифицированным кадровым составом являются основными факторами, которые оказывают существенное влияние на уровень рыночной стоимости компании.

В условиях дефицита человеческих ресурсов очень важно создать систему мотивации персонала, которая бы позволила управлять потенциалом сотрудников, а также повышать результативность в работе, такой инструмент, как система грейдов, позволяет решить эту задачу.

В процессе работы с персоналом менеджерам необходимо учитывать также и классические выводы, вытекающие из теории мотивации. На отношение работников оказывают влияние поддерживающие и мотивирующие факторы. К поддерживающим факторам относят состояние рабочего места, вознаграждение, ощущение безопасности; к мотивирующим — личностный рост, чувство причастности, интересную и сложную работу. Персонал не однородная масса, каждый человек обладает уникальными способностями, у всех разная жизненная позиция и опыт, поэтому стоит учитывать имеющиеся индивидуальные различия между людьми в процессе управления персоналом. Необходимо распределять рабочие задания с учётом способностей и квалификации сотрудников, ставить конкретные цели, которые будут восприниматься работником как реально достижимые. Не стоит забывать про систему поощрений, как материальную, так и нематериальную [1].

Ярким примером материальной системы мотивации является система грейдов, которая была создана в США в начале 60-х годов прошлого века Э. Н. Хейом. Система грейдов успешно прошла адаптацию на Западе и с тех пор является уникальным инструментом формирования прозрачной и управляемой системы оплаты труда.