

Результаты и их обсуждение. Менеджмент должен создавать систему стимулов, соответствующих мотивам работников и проводящих их деятельность в одном направлении, поэтому необходимо знать, как действуют мотивы и стимулы. Конечно же, важнейшим средством решения многих проблем, связанных со стимулированием, является тенденция превращения в стимул самого труда, происходит преодоление противоречий между внешними и внутренними стимулами, между интересами личности и общества. В настоящее время для эффективной мотивации своих работников руководителю необходимо определить их потребности и затем обеспечить способ удовлетворения этих потребностей через хорошую работу. Как считал ещё Ф. Тейлор, задача сводится к тому, чтобы поставить каждого человека на нужное место. Знание мотивации позволяет разработать способы достижения максимальной отдачи от подчинённых. Менеджерам, которые не смогли поменять внутреннюю мотивацию на внешнюю, нужно предоставить работу с возможностью реализации внутренней мотивации, позволяющей достичь высоких результатов. Призвание менеджера — создавать и поддерживать среду, способствующую раскрытию талантов подчинённых и наилучшему их использованию в интересах организации и в личных целях. Если менеджеры делают то, что необходимо делать согласно внешней мотивации, — это потенциально хорошие менеджеры [3, с. 138-139].

При организации системы стимулирования на предприятии необходимо учитывать пропорции в оплате между простым и сложным трудом, между работниками различных квалификаций. Гибкие системы стимулирования позволяют обеспечить работнику определённые гарантии получения заработной платы в соответствии с его опытом и профессиональными знаниями, а также поставить в зависимость от его личных показателей в работе и от результатов работы предприятия в целом. Гибкие системы стимулирования широко распространены в зарубежных странах с развитой экономикой. Это и индивидуальные надбавки за стаж, опыт, уровень образования, системы коллективных премий, гибкие системы социальных льгот. Заработная плата работников за выполненную работу зависит от количества и качества их труда, от вклада каждого работника в результаты работы предприятия, его квалификации, деловой предприимчивости и профессиональных качеств.

В настоящее время минимальный размер оплаты труда выполняет две основные функции — выполнение роли норматива при исчислении налогов, сборов и иных платежей и является критерием для определения размера пособий и компенсаций, выплачиваемых в соответствии с законодательством по социальной защите населения. Но необходимо знать, что быстрый рост минимальной заработной платы может иметь негативные последствия. Американский экономист В. Вэссел выделяет такие негативные моменты, как снижение спроса на рабочую силу, снижение нематериальных стимулов и льгот [4, с.2 4].

Заключение. Таким образом, сущность мотивации в современном менеджменте состоит в познании и реализации путей их личных интересов, предоставлении им возможностей реализовать себя в процессе достижения целей организации.

Список цитируемых источников

1. *Маслов, Е. В.* Управление персоналом предприятия : учеб. пособие / Е. В. Маслов ; под ред. П. В. Шеметова. — М. : ИНФРА-М ; Новосибирск : НГАЭиУ, 1999.
2. *Шегда, А. В.* Менеджмент : учебник / А. В. Шегда. — 3-е изд., испр. и доп. — К. : Знание, 2006. — 645 с.
3. *Тележников, В. И.,* Менеджмент : учеб. пособие / В. И. Тележников ; под ред. д-ра эконом. наук, проф. Н. П. Беляцкого. — Минск : БГЭУ, 2008.
4. *Феденя, А. К.* Основы менеджмента : учеб. пособие для вузов / А. К. Феденя. — Минск : Бестпринт, 2003. — 324 с.

Материал поступил в редакцию 10.02.2012 г.

УДК 001.895

Н. А. Курбеко

Учреждение образования

«Барановичский государственный университет»,

г. Барановичи, Республики Беларусь

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В современных условиях инновационным менеджментом является взаимосвязанный комплекс действий, нацеленный на достижение или поддержание необходимого уровня жизнеспособности и конкурентоспособности предприятия с помощью механизмов управления инновационными процессами.

Следует отметить, что объектами инновационного менеджмента выступают инновация и инновационный процесс. В свою очередь инновационный процесс — это процесс создания, освоения, распространения и использования инновации. Также инновационный процесс применительно к продукту (товару) мо-

жет быть определён как процесс последовательного превращения идеи в товар через этапы фундаментальных и прикладных исследований, конструкторских разработок, маркетинга, производства, сбыта.

Укрупнённо инновации могут быть разделены на продуктовые, технологические и организационно-распорядительные [3, с. 34]. Последние в большинстве случаев неизбежны при внедрении как продуктовых, так и технологических инноваций.

О роли инноваций в жизни общества, их влиянии на конкурентоспособность организаций написано достаточно много. Проблемы исследования инновационных процессов изложены в трудах П. Друкера, М. Кастельса, Ф. Котлера, Л. Ф. Никулина, П. И. Пимашкова, Э. Петерса, П. Смита, Д. Тапскотта, М. Хаммера и др.

Актуальность развития инновационного менеджмента, важность опоры на инновации сегодня очевидна, поскольку поток инноваций стал настоящим «топливом» в ускорителях современного постиндустриального общества. Поскольку сегодня основное орудие в инновации — это технологические инновации, а основа инноваций — знания, то из этого возникает необходимость особого типа менеджмента, соединяющего их воедино. Развитием этого эволюционного процесса явилась интеллектуализация бизнеса. Именно в бизнес — аналитике было осознано, что инвестиции в знания могут давать значительную финансовую отдачу, а поток знаний в НИОКР обеспечивает организациям сохранение перспектив для роста.

Можно констатировать наличие двух взаимодополняющих потоков: с одной стороны, — это глобализация экономики на основе неценовой инновации, и с другой — взрывное развитие научно-технического прогресса, опережающий рост наукоемких секторов мировой экономики. В связи с этим передовой менеджмент переместился в область инновационного менеджмента, и охват его сферы постоянно увеличивается [1].

Инновационный менеджмент возник в процессе интеграции этих потоков. Такая специфика развития современности изменила философию менеджмента и теперь: под эффективным менеджментом подразумевается инновационный менеджмент. На сегодняшний момент инновационный менеджмент это и есть ядро современного менеджмента организации.

Суть современного менеджмента организации состоит в управлении нарастающей инноватизацией. Инноватизация как явление технологически выражается в информатизации того же менеджмента, превращении его в менеджмент знаний. В мире произошло выделение менеджмента знаний как особого стратегического ресурса выживаемости фирмы.

Методы внедрения знаний в действия фирмы — ускорение обучения и создание новых компетенций — становятся одними из очень важных механизмов выживания на рынке.

Анализ инновационной практики крупных современных фирм показывает смещение технологического менеджмента в область управления эволюцией знаний, защитой аккумулированного знания, прогнозированием его развития и мониторинга знаний конкурентов. Знания повсеместно начинают восприниматься как источник будущего конкурентного успеха, и их необходимо защищать. Если рассмотреть политику патентования мегафирм, мы увидим резкий рост патентной активности, который наблюдается в последнее время во всех отраслевых сегментах.

Сегодня и наша страна, и мировая ситуация требует принципиально нового подхода к управлению. Сейчас в центре активности находится фирма и предприниматель, для которых культура инновационного менеджмента важна как инструмент его выживания на рынке. Как их действия будут увязаны с действиями государственной инновационной политики — это, конечно, вопрос особый, но и к нему следует подходить инновационно. За прошедшие полвека политика большинства развитых государств была направлена на развитие связей науки с промышленностью и стимулирование коммерциализации научных разработок. Это привело к созданию и широкому распространению инфраструктуры поддержки научно-технических инноваций — научных и технологических парков, технополисов, регионов науки и т. д. Но система научных и технологических парков, которая хорошо зарекомендовала себя, эффективна для этапа научно-технической революции. Сейчас необходимы другие современные формы организации этой сферы — инновационный менеджмент организации.

Если говорить о менеджменте, основная конкуренция между организациями давно уже идёт на уровне идей, стратегий и концепций развития. А если рассмотреть его инструменты, то на первом месте сейчас находятся технологии воздействия на сознание, потому что одной из главных функций инновационной инфраструктуры является формирование потребности в инновациях в масштабах общества.

Инновационный прорыв должен обеспечить кардинальное изменение социокультурной ситуации в обществе. И в первую очередь речь должна идти о формировании слоя стратегически и инновационно мыслящих людей, способных создавать и реализовывать целостную инновационную инфраструктуру страны.

Наиболее актуальные проблемы и задачи, которые должны рассматриваться и решаться в рамках инновационного менеджмента организации это, прежде всего:

- исследование рынка для новых продуктов;
- прогнозирование деятельности, характера и стадий жизненного цикла нового продукта;
- определение способов продажи нового продукта;
- исследование конъюнктуры рынков ресурсов, и т. д.

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 наукоёмких 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.