

График соответствует требованиям обязательного предоставления потребителям полной и объективной информации о качестве реализуемой продукции. Математическая корреляция предоставляет покупателю право выбора в качестве главенствующего для себя показателя – или значение Q, или величина P.

Применяемая методика позволяет сделать рекомендации по повышению уровня качества исследуемых образцов через введенный нами показатель « Эффективная удельная цена для 100 % уровня качества» (табл. 2).

Данные табл. 2 свидетельствуют о необходимости значительных денежных затрат для повышения уровня качества изделий на 1%. Так, для отечественных образцов X14 и X16 для достижения 100%-го уровня качества необходимо вместо 15110 и 15530 руб. на 1 % следует затратить соответственно 32335 и 35408 руб., т.е. в 2,14 и 2,28 раза больше (рис.1). Зарубежные образцы требуют меньших затрат на 1 % уровня качества.

Литература

1. Марьин Ю.И. Экспертная оценка технического уровня качества электротехнических изделий: практикум / Ю.И.Марьин. – Минск: БГЭУ, 2005.

2. Марьин, Ю.И., Перминов, Е.В. Оценка уровня качества сложнотехнических электроизделий // Весн. Беларус. дзярж. экан. ун-та.- Минск, 2011.– № 6. –С.50- 55.

М.В. Михадюк, С.В. Некраха, БГЭУ (Минск)

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Инновационный менеджмент представляет собой систему управленческой деятельности, ориентированной на интеграцию научных идей и технико-технологических разработок, их реализацию в трудовой деятельности персонала, в новых видах продукции и услуг, их продвижении к потребителям, обеспечение их конкурентных преимуществ и повышение благодаря этому эффективности производства.

Инновация представляет собой основанное на новых идеях и научных знаниях новых технологий и технических новшеств, их воплощение в новых видах товарной продукции и услуг, способствующее росту их эффективности и удовлетворения различных запросов потребителей, а также совершенствованию социальных процессов.

Такая трактовка дает возможность выделить основные отличительные черты инновации. Ими являются:

- а) целенаправленный характер инновационной деятельности;
- б) наличие новизны получаемых результатов (идей, методов, технологий, продукции и т. п.), т. е. их качественное отличие от ранее существовавших аналогов;
- в) завершенность и практическая применимость полученных результатов;
- г) повышение конкурентоспособности создаваемых товаров и услуг и получение преимуществ рыночного позиционирования на внутренних и внешних рынках;
- д) получение более высокого экономического, социального, экологического, научно-технического, образовательного, социокультурного и управленческого эффекта.

Инновация представляет собой основанное на научных знаниях создание новых технологий, видов товарной продукции и услуг, способствующее росту их эффективности. Основным источником инновационной деятельности является возникновение новых научных, технологических, инженерно-конструкторских, организационных и других идей, воплощаемых в новые методы, в новые разработки, приемы трудовой деятельности, в новые продукты и услуги, ориентированные на удовлетворение раз-

личных потребностей. А чтобы эта деятельность привела к желаемому результату, необходима эффективная управленческая деятельность, базирующаяся на социальной инноватике.

Инновационная деятельность предприятия (организации) будет успешной только в том случае, если она включает в себя в качестве важного компонента инновационное по своему содержанию и направленности управление персоналом.

Приведем пример применяемой стратегии инновационной деятельности, осуществляемой Минским автомобильным заводом. Всего МАЗ выпускает 4 тысяч моделей и модификаций автомобилей. Пассажи́рская техника МАЗ представлена 15 моделями в более чем ста исполнениях. Завод ориентируется и на европейских производителей, где всегда самые жёсткие требования, и на основного потребителя – Россию.

В завоевании международных позиций на мировом рынке эта компания сделала основной акцент не на новые идеи и полученные на основе их освоения виды продукции, а на всестороннее изучение тех новшеств, которые охотно приобретаются потребителями. Инновационность в данном случае заключалась не столько в создании новой продукции (это, разумеется, не исключалось), сколько в изучении особенностей быстро изменяющегося потребительского спроса.

Итоги конкурса «PROдвижение», проходившего в октябре 2012 г., показали, что автомобили Минского автомобильного завода имеют массу преимуществ перед техникой других производителей. Экспертный совет конкурса выделил технику «МАЗ» сразу в двух номинациях: «Лучший грузовик года в России» и «Лучший седельный тягач года в России».

Сказанное выше показывает, что новые знания и их реализация в творческой деятельности работников, прежде всего разработчиков новой техники (и иных товаров), становятся для креативного управления важной частью инновационного процесса, делового взаимодействия с клиентами, а самое главное – приоритетным направлением управления людьми и практической реализацией их знаний и профессиональных навыков.

Исходным началом инновационной деятельности, как правило, выступает научная, техническая либо управленческая идея. Но это не означает, что научно-исследовательская деятельность важна только в начале инновационного процесса. Дело в том, что настоящий инноватор должен быть готов в любой момент и на любом этапе инновационной деятельности к мобилизации всех наличных ресурсов. Инновационная деятельность представляет собой многогранный, многокомпонентный процесс, включающий в себя семь взаимосвязанных элементов, изображенных на схеме.

Представленная на схеме структурная матрица управления инновационной деятельностью персонала является инвариантной конфигурацией такого процесса, не зависящей от конкретных его проявлений в той или иной сфере общественной жизни, на том или ином предприятии. Однако в реальной действительности инновационный процесс, скажем, в сфере науки протекает с определенными особенностями, отличающими его от инновационного процесса в сфере торговли или строительства. Поэтому существенное значение имеет типологизация инновационных процессов, которая может быть осуществлена по нескольким основаниям: по типу новизны, по сфере применимости, по глубине изменений и по месту инноваций в управляемой социальной системе.

Такое понимание сущности и типологии инноваций приводит к выводу, согласно которому инновационная деятельность представляет собой целенаправленный разрабатываемый процесс, а реализация предприятием (организацией) инновационных разработок требует совместного согласованного участия всех его подразделений. Становит-

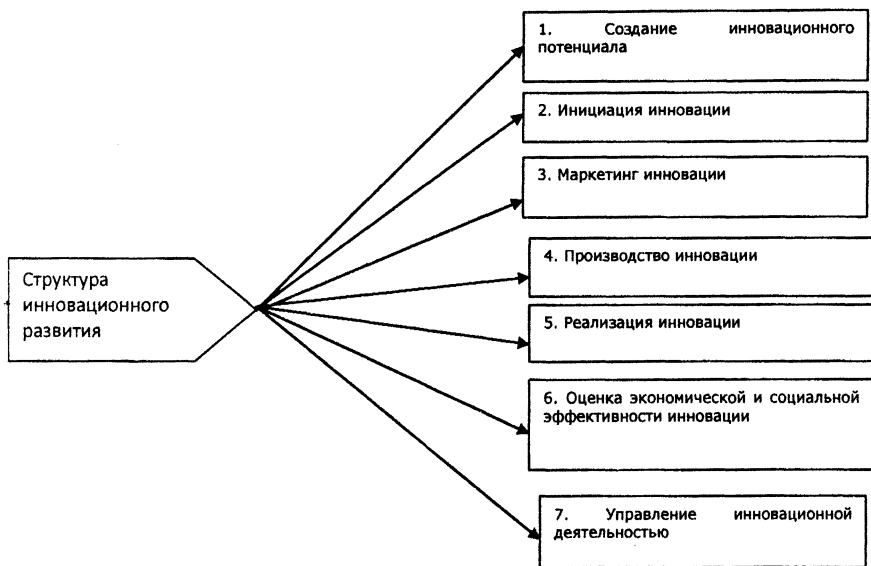


Схема. Инновационное развитие

ся более понятной и осязаемой сложность и многогранность инновационного менеджмента как специфического способа управления фирмой, а также предупреждения и разрешения возможных конфликтов, возникающих в управленческой системе (организации, предприятии и т. п.).

Поскольку в любом звене инновационной деятельности могут возникнуть трудности ее реализации, для преодоления которых приходится перестраивать работу включенного в данный процесс персонала, постольку руководитель или менеджер должен обладать достаточной управленческой компетенцией для успешного и эффективного разрешения возникающих проблем.

Все изложенное подводит к выводу, согласно которому инновационный менеджмент представляет собой сложную структурированную управленческую систему, в которой различные структурные компоненты органично связаны с определенными функциями, выполняемыми профессионально подготовленными для их выполнения группами работников и направленными на достижение стратегической цели организации (предприятия).

Выявление многокомпонентности инновационной деятельности и полифункциональной ориентированности инновационного менеджмента предполагает необходимость разработки и реализации целевых программ инновационного развития предприятия. Эти программы должны соответствовать стратегической цели Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2011-2015 гг. Эта стратегическая цель состоит в создании инновационной, конкурентоспособной на мировом рынке, наукоемкой, ресурсосберегающей, экологозащитной, социально ориентированной экономики Беларуси, обеспечивающей устойчивое социально-экономическое развитие и повышение качества жизни белорусского народа.

В этом ключе разработана и осуществляется инновационная политика белорусского государства. Определение и реализация основных задач инновационной полити-

ки предполагает в качестве своего непреложного усилия объединение принципов стратегического управления и инновационного менеджмента, в том числе и в области целенаправленного управленческого влияния на работу персонала. А это означает необходимость разработки и практической реализации стратегического менеджмента инноваций. Стратегия инновационной деятельности исходит из того, что сосредоточение усилий научно-исследовательских центров образовательных учреждений, производственных и иных предприятий, фирм и организаций на развитии инновационной деятельности и повышении инновационной восприимчивости предприятий, фирм, учреждений составляет важнейшее направление обеспечения реализации Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. и на более отдаленную перспективу.

Список использованных источников

1. Бабосов, Е.М. Управление персоналом: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по спец. «Менеджмент /Е.М. Бабосов, Э. Г. Вайнилович, Е. С. Бабосова. – Минск : ТетраСистемс, 2012. – 287с
2. Горнаков, Э.И. Управление персоналом : учебное пособие для студ. вузов по техническим спец. / Э. И. Горнаков, Е. Н. Костюкевич, Е. В. Метельская ; под общ. ред. Э.И. Горнакова. – 2-е изд., доп. и перераб. – Минск : ИВЦ Минфина, 2011. – 558, [1] с.
3. Новинки Минского автомобильного завода: статья <http://www.maz.by/news/d2394bc782afea35.html>

М. В. Молохович, магистр экономических наук, УО «БГЭУ», г. Минск

МЕТОДЫ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Сложившиеся в ряде случаев взаимоотношения между участниками корпоративных формирований не отвечают их взаимным интересам. Как правило, в таком взаимодействии возникают проблемы с методами оценки продукции, изготавливаемой на одном предприятии корпорации и передаваемой другому ее участнику, а также принципами формирования цены передачи этой продукции (трансфертной цены), что негативно сказывается на конечных результатах совместной деятельности. Ведь экономическая эффективность функционирования технологически связанных предприятий во многом определяется механизмом их внутрифирменных расчетов. Поэтому дальнейшее совершенствование механизма экономических отношений в рамках корпоративных структур предполагает оптимизацию взаиморасчетов всех участников кооперативно-интеграционного процесса, в том числе посредством правильного выбора методов трансфертного ценообразования, представляющего собой процесс установления внутренних расчетных цен между сегментами одной организации, и в частности, корпоративной структуры.

В настоящее время существует множество методов формирования внутрифирменных цен, проведены различные их систематизации и классификации, однако большинство ученых сходятся во мнении, что в качестве базовых методов трансфертного ценообразования, которые могут быть положены в основу других возможных алгоритмов расчета, следует выделить затратное, рыночное и договорное трансфертное ценообразование [1, 2, 3, 5]. Данные методы составляют основу практически всех существующих систем формирования внутренних цен в рамках организаций и объединений и требуют более детального рассмотрения.