

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОЦЕССАМ УПРАВЛЕНИЯ: НЕЗАВИСИМАЯ ОЦЕНКА КВАЛИФИКАЦИИ, РЕАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ИДЕЙ, ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГА В КОММЕРЧЕСКОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ

Ж.Н. Авилова

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»*

Аннотация. Эффективность инновационной политики зависит от наличия благоприятных условий для создания инновационных идей (в том числе и на малых и средних предприятиях) и их реализации, обратной связи с рынком, потребителями инноваций и другими экономическими субъектами. При этом вопросы инновационной культуры и культуры управления инновациями приобретают первостепенное значение.

В статье рассмотрены характеристики управления инновациями в малых предприятиях, представлены факторы эффективности инновационной деятельности, а также условия формирования и развития инновационного климата, даны рекомендации по формированию инновационной культуры с точки зрения человеческого потенциала малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова: инновация, культура, малый бизнес, инновационное предприятие.

Методы и организация исследования. В основу анализа проблематики становления и развития инновационной культуры современных российских предприятий положены классические труды ученых по инновационному менеджменту, управлению человеческими ресурсами, экономике, социологии управления, дополнением являются классические труды отечественных и зарубежных классиков в области процесса и критериев управления экономикой региона.

Автором при проведении исследования использовались такие методы, как: диалектический (исследование процессов и явлений во взаимосвязи и развитии), структурно-функциональный, ситуационный, компаративный, графическое и табличное картирование экономико-фактологических данных.

Введение. В последние годы благодаря популяризации инновационной деятельности в российском обществе особую актуальность имеет поиск и развитие инновационной составляющей в малом и среднем бизнесе. Важность проблемы подкрепляется тем фактом, что малые и средние инновационные предприятия способны быть драйвером в решении вопросов импортозамещения, поддержки самодостаточности страны в условиях западных санкций, поддержки и развития национальной экономики. Между тем, в России к настоящему времени не создана эффективная модель интеграции малых инновационных предприятий и институтов их поддержки в единую систему, имеется лишь набор разрозненных предприятий и организаций инфраструктуры, не объединенных единой политикой и стратегией. Попытки копирования опыта мировых инновационных держав в части развития малых инновационных предприятий (МИП) в промышленности пока не дали ощутимых результатов. Данная ситуация осложняется тем, что Россия вступила в кризис, обусловленный переходом от индустриальной экономики с дешевыми природными ресурсами к экономике, которая будет основана на инновациях.

Результаты и их обсуждение. Необходимо отметить, что в России предпринимаются усилия по активизации национальных инновационных систем,

увеличению государственных и частных инвестиций в научные разработки, созданию специальных кластеров для стимулирования инноваций (свободных экономических зон, технопарков, центров превосходства и т. п.) и принимаются другие политические и экономические меры. Однако, как правило, мало внимания уделяется анализу национальной культурной специфики. На наш взгляд, особенности национальной культуры и национального менталитета могут оказать существенное влияние на результаты страновых программ преобразований. В «советское» время модель инновационного процесса представляла собой линейную инновационную цепь: наука – технология – производство – потребление. В СССР на практике такая стадия инновационной цепи, как потребление, имела нерыночный смысл. Единственным источником инноваций считались научные исследования. Такой подход в административно-командной экономике дал определенные плоды: мировое лидерство в области вооружений и средств защиты достижений в космосе, атомной энергетике и др. Линейная модель, основанная на теории «технологического толчка», как первопричины, источника инноваций, получила развитие в работах Г. Менша, выделившего два главных аспекта: технологический толчок есть основа инновационных изменений, а депрессия выступает в роли «спускового крючка» инновационной активности [1; 2, с.192].

В период перехода России к рыночной экономике линейная модель инновационного процесса претерпела изменения. В отечественной литературе появились подходы к понятиям «инновация» и «инновационный процесс», в основе которых уделялось внимание условиям и факторам их формирования. Последовательность инновационной цепи возможна лишь при наличии трех видов ресурсов: интеллектуальных, реальных и финансовых инвестиций.

В рыночной экономике кардинально изменяется смысл существования и развития научной сферы и с позиции институциональной структуры, и с позиции государственного регулирования. В зарубежной, а затем и в отечественной литературе появились трактовки, так называемой нелинейной или параллельной модели инновационной цепи. Характерными признаками нелинейности является:

- начало инновационного процесса не обязательно связано с проведением научных исследований и разработок. По мнению зарубежных авторов, инновации и изобретения редко являются результатом открытия, зачастую они становятся результатом решения определенной проблемы или появления определенной возможности [3, с.57];

- в условиях неопределенности, быстрого изменения рыночной конъюнктуры наука выступает не как источник инновационных идей, а как ресурс инновационного процесса.

Выделенные проблемы малых и средних инновационных предприятий рассматриваются российскими экономистами и социологами: И.Г. Андреевой, Н.В. Астафьевой, Д.И. Валигурским, В.Д. Денисовым, Ю.А. Дорошенко, Н.В. Казаковой, Д.А. Казьменковым, В.М. Кутузовым, А.М. Ореховым, И.Н. Савельевой, М.Ю. Шестопаловым и др.

Вопросы инновационной культуры и культуры управления инновациями рассматриваются в работах Л.Н. Собчик, О.И. Шкаратан, Г. Хофштеде, Э. Шейн, Р.Д. Льюис и др. Многие авторы связывают инновационную культуру с инновационным потенциалом и развитием человеческого капитала. Инновационное развитие – это не только управление основным инновационным процессом и инновационной деятельностью, но и развитие системы факторов и условий, необходимых для их осуществления, т.е. инновационного потенциала [4, с.16]. В этом смысле социальный инновационный потенциал предприятия составляют главным образом его сотрудники.

Исследователи проблем развития и поддержки малого и среднего бизнеса выделяют ряд социально-экономических проблем, препятствующих стратегическому развитию малого предпринимательства: увеличение нагрузки на бизнес, рост налоговой ставки, контрольно-надзорные и административные барьеры и т. д. Можно говорить о том, что российская культура инновационно-резистентна, сопротивляется прогрессу.

Сложная система налогообложения, неурегулированность налогового законодательства вынуждают предпринимателей тратить значительные денежные, временные и человеческие ресурсы на выплату самих налогов, на подготовку к налоговым проверкам. Все это никак не способствует созданию благоприятной инновационной атмосферы в малом и среднем бизнесе.

Имеются также и социокультурные препятствия: комплекс традиций и стереотипов, предопределяющий и пренебрежение «простыми инновациями», которые улучшают повседневную жизнь людей, взаимное недоверие изобретателей и специалистов по маркетингу, неразвитость культуры коллективного интеллектуального труда и т. д.

Инновационная культура – это постоянный интерес людей к новым идеям, их готовность и способность выявлять, заострять внимание к новшествам, вводить их во все составляющие своей жизни, и как следствие – это знания, умения и опыт целенаправленной подготовки, комплексного внедрения и всестороннего освоения новшеств в различных областях человеческой жизнедеятельности. При этом, инновационная деятельность малого предприятия напрямую связана с культурой управления. Культура и инновации оказывают особое взаимное влияние друг на друга и на процессы инновационного развития. Существует связь между отношением руководителей к инновациям и инновационностью самого предприятия, что является главным индикатором инновационной культуры [4, с. 8].

Инновационная культура – это восприимчивость людей к новым идеям, их готовность и способность поддерживать и реализовывать новшества во всех сферах жизни, и как следствие – это знания, умения и опыт целенаправленной подготовки, комплексного внедрения и всестороннего освоения новшеств в различных областях человеческой жизнедеятельности потенциала [5].

Инновационное развитие – это не только управление основным инновационным процессом и инновационной деятельностью, но и развитие системы факторов и условий, необходимых для их осуществления, т.е. инновационного потенциала [6, с. 16]. В этом смысле социальный инновационный потенциал предприятия составляют главным образом его сотрудники. Как правило, большинство современных российских предприятий придерживаются стратегий, направленных на максимальное снижение затрат. Однако условия высококонкурентной среды делают данные стратегии непригодными. Предприятия вынуждены предлагать расширенный ассортимент товаров с высокой добавленной ценностью. Чтобы достичь этого, компании должны активизироваться в области инноваций: следует выпускать новые и усовершенствованные товары.

Противоречие заключается в том, что опыт достижения целей снижения себестоимости у российских предпринимателей имеется, но отсутствует приоритет предложения на рынок как масштабных, так и «мелких» инноваций. На российских предприятиях предпринимаются отдельные шаги, такие как увеличение инвестиций в отдельные проекты. Далеко не всегда такая инновационная деятельность приводит к положительным результатам. Необходим комплексный подход к инновационной деятельности, создание инновационной системы, в основе которой должны быть постоянные, повседневные инновации на всех стадиях производства и реализации продукции и услуг.

В основе управления инновационной деятельностью должны лежать как повседневные инновации, так и повседневные процессы, т.е. ежедневное распознавание возможностей, либо упущение возможностей. Человеческие ресурсы получают развитие в повседневной деятельности, и именно здесь кроется причина, по которой умения работников остаются либо нераспознанными, либо реализуемыми вне организации.

По мнению Дж. Джонсона и А.С. Хаффа, традиционные представления о научно-исследовательской и опытно-конструкторской деятельности (НИОКР) игнорируют и/или искажают ключевые аспекты повседневной инновации. Перманентная склонность к инновационной деятельности – ценнейший генофонд новых идей, особенно для корпораций, нуждающихся в инновациях ради достижения стратегического успеха. Не

менее значимы вопросы, связанные с причиной и характером развития ярких инновационных вспышек, возможностью их распознавания и отличия от более значимых инновационных течений, создание «арены» для их проявления и возможностей подпитки, совершенствования и распространения их в качестве конкурентного преимущества компании [7, с. 84].

Авторы ввели понятие «ежедневное познание», согласно которому отдельные личности выступают склонными к размышлениям индивидами, строящими теории. Была сделана попытка объяснить, как знание отдельных индивидов формирует совокупное организационное знание. Инновация в организации порождается не только на уровне индивида, она является продуктом взаимодействия людей, как в плане познания, так и в плане действий. Так называемые «метазнания» могут формироваться открыто, могут быть результатом формального обучения, но лучше, если они являются результатом последовательного обмена опытом и наблюдений друг за другом. Метазнания усиливаются при разнообразии групп, внутри которых отдельные представители владеют различными знаниями, но могут использовать знания других [8, с. 65].

Ежедневное познание невозможно без творческого подхода руководителей и сотрудников организации. Творческий подход необходим для поиска новых идей, выявления проблем, получения желаемых результатов, ревизии устоявшихся подходов. Накопление знаний обычно приводит к изменению поставленных задач или их корректировке. Тщательный анализ достигнутого, некоторая переориентация и уточнение поставленных проблем, корректировка программ могут быть объективно необходимы. В инновационной повседневной деятельности основная задача – не предложение готовых ответов, а определение проблем, которые необходимо решить по-новому. Для современного менеджера важно умение определить творческий уровень конкретного работника, подготовленность его к неопределенности в бизнесе, настойчивость в выполнении поставленных задач, потребность в изменениях, умение не упускать появившихся возможностей, способность быстро схватить сущность предложенной идеи, предпочтение новаторских решений и др. [9, с. 184, 185].

Инновации в организациях имеют «человеческую» природу. Структурной основой повседневных нововведений являются три блока: знания (система взглядов, делающих возможным понимание мира), опыт (сочетание знаний и навыков, а также способность к трансляции знаний и умений) и мотивация (способность индивида к достижению чего-либо). Подкрепляет успех равновесие знаний, умений, и способностей сотрудников. Инновационная деятельность напрямую связана с культурой управления. Культура и инновации оказывают особое обоюдное влияние друг на друга и на процессы инновационного развития. Существует связь между отношением руководителей к инновациям и инновационностью самого предприятия, что является главным индикатором инновационной культуры.

В настоящее время в России созданы основные базовые элементы поддержки инновационной деятельности, в т.ч. для малых инновационных предприятий. Разработаны различные государственные программы РФ. Однако отношение в отдельных регионах к малому бизнесу свидетельствует о том, что он по-прежнему рассматривается как источник наполнения региональных бюджетов, а не как институт, выполняющий важнейшую социальную функцию. В работе органов исполнительной власти регионов преобладают, в основном, традиционные, иногда, малоэффективные формы и методы, отсутствует комплексный, системный подход.

В принимаемых стратегических решениях четко не прописаны «материальные носители» инновационных преобразований промышленности. Как правило, обсуждаются частные вопросы: роль интеллектуальной собственности, венчурные фонды и структуры, поддержка образовательных учреждений, осуществляющих научную деятельность и пр. Это важно, но лежит за границами коренной проблемы – создания условий для массовых повседневных инноваций. Как показывают исследования современных ученых, планы

модернизации промышленности слабо опираются на принципы системного подхода: отсутствует теоретико-методологическое обоснование построения инновационной экономики, теоретически не обоснованы вопросы увязки производственного и инновационных процессов [10, с. 7].

Инновационная деятельность обычно бывает ресурсоемкой, и для перенесения результатов научно-исследовательских работы (НИР) в производство требуется достаточное количество инвестиций в основной капитал, что является одной из основных проблем для малого и среднего бизнеса. Ни одна страна мира не обеспечивает себя технологиями полностью. Более того, для любой страны объемы импортируемых технологий больше, чем объемы собственных технологий. Тем не менее, для любой развитой страны всегда важен собственный научно-технический ресурс, и в России предпринимаются определенные шаги для его развития и использования [11, с.89].

По мнению специалистов, инновационному развитию могут существенно препятствовать как факторы, относящиеся к сфере мер поддержания государственной инновационной политики, так и внутренние факторы развития самой инновационной системы. К внутренним факторам, тормозящим инновационное развитие можно отнести отсутствие в самих организациях внутренней мотивации к инновациям. Согласно исследованиям, проведенным Межведомственным аналитическим центром по заказу Министерством образования и науки России в 2010-2012гг., 48 % руководителей предприятий ссылаются на следующие внешние проблемы: длительность сроков окупаемости инновационных проектов, сложность привлечения финансирования, налоговое бремя и пр., 26 % указывают на внутренние барьеры: отсутствие специалистов, незаинтересованность собственников в инновационном бизнесе, слабость стимулов к долгосрочному развитию организации [12, с.28].

К внутренним факторам, затрудняющим инновационное развитие малых предприятий, можно добавить сложность изменения социокультурных ценностей руководителей и сотрудников в сторону выявления нововведений и реализации инноваций. Таким образом, ядром становления инновационной культуры является дихотомия «инновации – управленческая культура».

Выделим основные характеристики «раздвоенности» управления инновациями в малых предприятиях [4, с.18-20]:

- противостояние традиций и инноваций. Находясь в творческом противоречии с традициями, инновации зарождаются и реализуются только на их основе, становясь со временем очередной традицией. Непрерывность этого процесса является одним из показателей инновационного развития малого предприятия и его инновационной культуры;

- фазность инноваций. Постепенная смена в сознании сотрудников приоритетов ценностей, профессиональных знаний целесообразна, т.к. внезапная смена стереотипов мышления и восприятия может привести к деформации профессиональной культуры сотрудников;

- радикальность инноваций. Чем больше инновационная деятельность отличается от действующих социо-производственных стандартов, тем выше преобразующий потенциал, тем более радикально изменяется инновационная культура;

- оценочность влияния инновации на среду предприятия. Любое малое или среднее предприятие имеет свою систему оценочных координат, нормы и приоритеты управления сопоставляются с помощью качественных показателей. Далее на этой основе происходит построение новой системы приоритетов;

- конфликтность инновационной деятельности. Как правило, нововведение нарушает привычный порядок внутриорганизационного взаимодействия, что ведет к конфликтным ситуациям;

- инновационный риск. Неуверенность в конечном результате порождает на предприятии обстановку тревожности, что влияет на результативность внедрения инноваций;

- уровень инновативности внешней среды. Восприимчивость к инновациям со стороны рынка и государства является важнейшей характеристикой инновативности малого предприятия, его возможности усваивать новое и трансформировать в еще более новое;

- способность инновационной деятельности влиять на стиль управления предприятием. Формирование атмосферы личной заинтересованности руководителей и сотрудников в успехе создания и внедрения инноваций – процесс долгий, зачастую трудно совместим с оперативным управлением;

- возможность формировать стратегию инновационного поведения. Успешность внедрения инновации и рыночная эффективность новшества формирует психологическую готовность сотрудников к инновационной деятельности;

- социальная ориентированность инновационной культуры. Сотрудники малого (среднего) предприятия, осуществляя личное саморазвитие, идентифицируют собственные цели с целями предприятия;

- способность идентифицировать сотрудников по интересам. Получение дополнительных преимуществ для отдельных сотрудников и/или групп в результате инновационной деятельности сопровождается определенными потерями для других, что имеет различные последствия для развития инновационной культуры.

Таким образом, эффективность и конечная результативность создания и поддержания инновационной культуры в малом и среднем бизнесе, неоднозначна. Однако базовые ценности инновационной культуры являются основой развития современных российских предприятий и их конкурентоспособности в долгосрочной перспективе.

Вопросы создания инновационной культуры напрямую связаны с вовлечением науки в малое и среднее предпринимательство. Зачастую инновационную деятельность вообще напрямую отождествляют с научной деятельностью. Но разница состоит в том, что научная деятельность, как интеллектуальная деятельность, направлена на получение и применение новых знаний для различных отраслей и сфер деятельности. Тогда, как инновационная деятельность в своей основе содержит коммерциализацию накопленных знаний, технологий, оборудования [13, с. 19].

Научные изыскания, новые технические решения, оптимизация процессов с получением все более высоких научно-технических результатов – это научная деятельность, которая не всегда приводит к инициированию процессов коммерциализации, т.е. вовлечению нового знания в коммерческий оборот. Для успешного внедрения инновации необходима обратная связь с рынком. На рынке будет востребована только та инновационная продукция, которая удовлетворяет потребностям потенциального покупателя.

На наш взгляд, для развития инновационной культуры в российском малом и среднем бизнесе необходимо предпринимать комплекс мер, включающих целенаправленные и долгосрочные политические решения, поддерживающие инновационные малые и средние предприятия, создающие благоприятные условия для развития конкурентоспособного ресурса страны – человеческого потенциала.

Успешная инновационная деятельность должна базироваться на следующих элементах:

- реальное эффективное созидание возможно только в случае всеобъемлющего наполнения знаниями и опытом сущности рассматриваемой предметной области;

- творческий подход связан с критическим отношением к сложившимся стереотипам, штампам. Зачастую новый взгляд сдерживается лишь отсутствием нестандартной точки зрения;

- отказ от стереотипов не следует вводить в абсолютное совершенство, такое решение должно быть строго рациональным, взвешенным, продуманным;

- любыми организационными, волевыми управленческими мерами воспитать человека-творца невозможно, но наука о творчестве, креативный менеджмент помогают

человеку овладеть более мощным и совершенным инструментарием для своей неординарной деятельности, быстрее и полнее раскрыть тот потенциал, который заложен в нем природой.

По мнению экономистов, на всех перспективных инновационных направлениях современной науки есть русские специалисты, которые разрабатывают и внедряют свои идеи в Европе и Америке [14]. Создание комфортной среды для инноваторов и ученых в своей собственной стране, несомненно, должно стать первоочередной задачей в построении инновационной экономики.

Решая проблемы создания новой инновационной продукции или производства реплика-продуктов, следует основываться на менталитете россиян и имеющемся у России опыте. Отечественный менталитет, как подсознательная социально-психологическая программа действий и поведения отдельных людей, нации в целом, проявляется в сознании и практической деятельности. Если характерной чертой немецкого менталитета является пунктуальность, английского – консерватизм, американского – прагматизм, японского – патернализм, то российского – некая полярность, стремление к гротеску, доведение любой ситуации до крайности с одной стороны, и долготерпение, способность к самопожертвованию, с другой стороны. Такие качества русской души в прошлом были основой новейших достижений НТП.

Успешность производственного инновационного предприятия во многом зависит от наличия в нем изобретателей и духа изобретательства. Изобретатели не «возникают» на пустом месте. Склонность к изобретательству, проявляемая в юном возрасте должна развиваться. В советское время развитию детского изобретательства уделялось достаточно большое внимание. Многие инженеры и ученые, осуществлявшие инновационную деятельность, в детском возрасте посещали кружки юного техника, различные научные секции.

В СССР было 11292 авиамodelьных кружка, в Москве – 1720. Сейчас в столице их всего 23. Из таких кружков «вырастали» российские изобретатели, новаторы. С июля 1944 г., когда Сталиным была получена информация о современном немецком оружии, до конца года в реализации ракетно-космической программы участвовало более 6000 инженеров и конструкторов. Параллельно с этим проектом развивался атомный проект, в котором участвовало не меньше технически подготовленных и образованных работников.

Исследователи феномена – появления большого числа изобретателей за столь короткое время, выявили прямую связь: все они начинали в детском техническом творчестве. В 1990-х годах российские авиамodelьные кружки активно посещали представители западных компаний (Южная Корея, Германия, Америка) [15]. Методики общения, методики воспитания были ими полностью восприняты и адаптированы на своих территориях.

Также особой проблемой, на которой следует остановиться, является недоверие россиян к сфере производственного предпринимательства. У российских граждан за последние годы накопилось много причин потерять доверие: разрушительные административные реформы, крахи банков, девальвация рубля и т. п. Следует добавить еще одно немаловажное обстоятельство. Государство не предпринимает достаточных усилий для повышения доверия к малым инновационным предприятиям и производимой на них продукции.

Во-первых, в России отсутствует законодательная база, которая позволяла бы в должной мере учитывать права малого инновационного бизнеса, в т.ч. научно-производственных предприятий.

Во-вторых, практика создания органами исполнительной федеральной и региональной властей особых условий для отдельных малых и средних предприятий не способствуют получению ими дополнительных конкурентных преимуществ, что усложняет деятельность остальных инновационных предприятий.

В-третьих, выделение государственных средств на поддержку отдельных инновационных предприятий не дает ощутимых результатов для экономики страны и общества в целом. Высокоинтеллектуальный труд большинства научно-производственных предприятий не оценивается должным образом. Предпринимаются определенные шаги по поддержанию малого и среднего инновационного бизнеса, однако мало внимания уделяется созданию условий для развития культуры инновационного предпринимательства.

Можно предположить, что в стране еще не созданы условия формирования и развития инновационного климата, инновационная система ослаблена из-за неблагоприятной среды для инноваций, а инновационная политика не оказывает существенного влияния как на государственную политику в области формирования бизнес-среды, так и на инновационную направленность деятельности малых и средних предприятий. На сегодняшний день в российской экономике недостаточно предпосылок для создания эффективной инновационной культуры в малом и среднем бизнесе. Реальные приоритеты инновационного развития страны и общества определяются не столько институтами и государством, сколько талантами и пассионариями, т.е. теми людьми, которые зажигают своим интеллектом, энтузиазмом, лидерскими качествами, работоспособностью, стремлением к созиданию, и, в конечном счете, создают элементы новой культуры бизнеса.

Заключение. Отсутствие инновационной активности в большинстве малых предприятий обусловлено неблагоприятным культурным фоном для инноваций, низким престижем профессии ученого, искаженным отношением к инновационному предпринимательству, особенностями российского менталитета. В основе слабой инновационной культуры – отсутствие реального понимания актуальности развития инновационной экономики, недостаточный интерес к малому и среднему инновационному бизнесу со стороны государства.

Базовые ценности культуры с одной стороны являются фундаментом изобретательства, с другой стороны – выступают потенциальным ресурсом инновационного процесса. Созданию инновационной культуры в малом и среднем бизнесе, в основе которой – научные знания, умения, восприимчивость к новым идеям, препятствуют как внешние факторы (недостаточность мер поддержки государственной инновационной политики), так и факторы, оказывающие влияние на внутреннюю среду бизнеса (противостояние нововведениям, перестройка мышления, нарушение внутриорганизационного взаимодействия, несоответствие собственных целей целям бизнеса и пр.).

Создание инновационной культуры связано с повышением интереса к науке, творчеству. Для вовлечения сотрудников малого и среднего бизнеса в научно-инновационную среду необходимо принятие комплекса мер: пропагандировать достижения ученых и изобретателей, создавать условия для взаимодействия бизнеса с научно-исследовательскими работниками, развивать материальное стимулирование инновационной деятельности у участников бизнес-структур.

Литература

1. Габитов А.Ф. Сущность инновационного процесса и основные этапы его исследования в экономической литературе / А.Ф.Габитов // Проблемы конкурентоспособности в современной экономике 2013. – No 2(22) [Электронный ресурс] <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=20914>
2. Дорошенко Ю.А. Интеллектуальный капитал как фактор успешного формирования инновационной инфраструктуры вуза / Ю.А.Дорошенко, И.О.Малыхина, П.И.Оспищев // Вестник БГТУ им. В.Г.Шухова – Белгород, Изд-во РИЦ БГТУ им. В.Г.Шухова, 2015. - No 2
3. Инновационная деятельность зарубежных фирм. Реферативный сборник /Отв. ред. Г.В. Вишнякова. - М.: ИНИОН РАН, 2013.

4. Буйко В.И. Инновационная культура в управлении промышленными предприятиями Автореферат дисс. на соиск. уч степ. канд. соц. наук. / В.И.Буйко – Москва, 2004.
5. Стратегический ресурс XXI века – инновационная культура / Инфо-мир [Электронный ресурс] <http://inno-mir.ru/innovation-culture>
6. Буйко, В. Инновационная культура в управлении промышленными предприятиями. Автореферат дисс. на соиск. уч степ. канд. соц. наук. – Москва, 2004.
7. Джонсон, Дж. Повседневная инновация. Повседневная стратегия. Пер с англ. Дж.Джонсон, А.С Хафф – СПб.: Питер, 2014.
8. Хэмел, Г. Стратегическая гибкость. – СПб. : Питер, 2005.
9. Уткин, Э., Сатабаев, К., Сатабаева, Р. Инновации в управлении человеческими ресурсами предприятия. – М.: ТЕИС, 2012.
10. Межов, С.И. Планирование операционно-инновационной деятельности промышленного предприятия [Текст]: дис. ... канд. экон. наук / С.И. Межов; Новосибирск, 2014. – 158 с.
11. Антонец В.А. Инновационный бизнес: формирование моделей коммерциализации перспективных разработок. / В.А.Антонец, Н.В. Нечаева, К.А.Хомкин, В.В.Шведова – М.: Издательство «Дело» АНХ, 2009. – 320с.
12. Иванов Д.С. Стимулирование инновационной деятельности российских производственных компаний: возможности и ограничения / Д.С.Иванов, М.Г. Кузык, Ю.В Симачев // Инновации и экономика – 2012, No 2 – С. 28.
13. Желамский М.В. Откуда что возьмется? / М.В.Желамский // Управление проектами. – 2009, No 4(17)
14. Натитник А. Александр Аузан: как вывести экономику из комы // Harvard Business Review – Россия. [Электронный ресурс] <http://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/fenomeny/a15967/#ixzz3xyRJicvG>
15. Лосицкий В. Детское техническое творчество было стержнем нашей промышленности, а сейчас его практически нет / В. Лосицкий // ОТР [Электронный ресурс] <http://www.otr-online.ru/programmi/vladimir-lositskii-detskoe-39027.html>
16. Авилова Ж.Н. Формирование научно-исследовательского потенциала региона: проблемы и перспективы / Ж.Н. Авилова, Л.А. Минаева // Управление в XXI веке: сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции. 2015. - Издательский дом «Белгород».

ОЦЕНКА РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ООО «ЛАКОНД»

С.М. Баранцева,

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры экономики предприятия, ГО ВПО «ДонНУЭТ»

Н.А. Пожидаев,

магистрант кафедры экономики предприятия, ГО ВПО «ДонНУЭТ»

Аннотация. В статье проанализированы существующие методические подходы к оценке ресурсного обеспечения производственной программы предприятия; предложена схема проведения анализа обеспечения ресурсами производственной программы предприятия; проведен сравнительный анализ объемов и удельных постоянных затрат в разрезе агрегированного и дифференцированного подходов.

Ключевые слова: ресурсное обеспечение, производственная программа, предприятие, эффективность