

ется в том, что низкие темпы роста мировой экономики могут продлиться не год и даже не два.

Иными словами, российская экономика и, следовательно, составляющие ее основу российские предприятия, буквально за несколько последних месяцев стали намного более уязвимыми и менее устойчивыми к внешним факторам. Возможно, именно поэтому иностранные инвесторы и выводят так поспешно деньги с российского фондового рынка, провоцируя тем самым описанные выше проблемы.

М.В. Орехова

Российский государственный профессионально-педагогический университет

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Роль организации управления в современных предприятиях усилилась с развитием системы рыночных отношений и появлением конкуренции. Рынок поставил в зависимость выживаемость предприятий и благосостояние его работников от качества организации управления. Это приводит к тому, что для развития предприятия требуется уделять все большее внимание таким элементам менеджмента, как общая стратегия, маркетинговая стратегия, логистика.

Но и этого мало. В современных условиях на предприятиях должна активно подерживаться инновационная деятельность.

Инновационная деятельность часто трактуется как деятельность, связанная с использованием новых технологий.

Многие предприятия пытаются в том или ином виде осуществлять инновационную деятельность самостоятельно, через создаваемые специально для этого дочерние структуры или инновационные центры, призванные способствовать продвижению и использованию инновационной продукции.

Одной из важнейших проблем в инновационной деятельности является проблема организации этой деятельности, т.е. проблема управления. Анализ деятельности ряда предприятий позволяет сделать вывод о том, что все большее значение приобретает качество управления. Квалификация менеджера, руководителя становится важнейшим фактором обеспечения эффективности инновационного процесса. В этой ситуации от менеджера требуется виртуозное владение всем набором инструментов управления.

Как правило, проблема качественного управления решается за счет привлечения высококвалифицированных менеджеров со стороны и постоянного обучения персонала. Однако здесь возникают проблемы — все больше ощущается нехватка управленцев высокого уровня, к тому же они весьма дороги. Обучение же персонала очень часто оказывается недостаточно эффективным.

К сожалению, в России мало кто признает управление сферой профессиональной деятельности. Именно по этой причине управлением готовы заниматься практически все. Вот типичная технология обучения менеджера: минимальный личный опыт, несколько семинаров и человек готов браться за решение сложнейших проблем.

Почему же в инновационной деятельности слабо используются современные управленческие технологии? Причина, видимо, заключается, во-первых, в высокой сложности современных технологий привлечения, а во-вторых, в том, что для восприятия и практического использования этих технологий принципиально недостаточно полученных знаний.

В отличие от чисто финансовых проектов, в инновационных проектах имеется большое число хорошо управляемых факторов (рычагов), способных принципиально изменить инвестиционную привлекательность проекта в лучшую сторону: способы управления, квалификация персонала, опыт менеджера. Именно по этой причине результативность проекта в значительной степени зависит от того, кто управляет. Таким образом, проблема управления в инновационной деятельности становится ключевой.

Таким образом, инновационное развитие предприятия необходимо точно также проектировать, как и любую систему. Необходимо не только определить задачи, стоящие перед предприятием, но и создать систему, обеспечивающую переход предприятия в это состояние,

определить необходимые ресурсы, разработать бизнес-процессы инновационной деятельности. Только так можно рассчитывать на успех.

К.Г. Подаруева

Российский государственный профессионально-педагогический университет

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В настоящее время в условиях развития предпринимательской деятельности, роста количества предприятий актуальна проблема оценки их конкурентоспособности. Оценка конкурентоспособности предприятий необходима в первую очередь самим предприятиям для определения своего места по отношению к конкурентам и для разработки эффективной стратегии управления.

В силу многоаспектности конкурентоспособности предприятия как экономической категории предлагается большое разнообразие методов оценки конкурентоспособности предприятия. Условно все методы можно разделить на 3 группы: методы экспертных оценок (аналитические), графические и матричные.

Достоинства методов экспертных оценок (оценка на основе расчета рыночной доли, на основе нормы потребительной стоимости, на основе теории эффективной конкуренции, рейтинговая оценка) заключаются в том, что они дают точный показатель, определяют место каждого предприятия по отношению к другому. Но главный недостаток состоит в том, что эти методы опираются на субъективное мнение автора.

Матричные методы (SWOT-анализ, матрица Бостонской консалтинговой группы, матрица Маккинзи, матрица Шелл) дают возможность выбрать конкурентную стратегию предприятия, позволяют увидеть положение предприятия, дают рекомендации по улучшению его положения. Кроме того, при матричном подходе возможно задействовать весь коллектив специалистов предприятия и получить более объективную оценку. Вместе с тем матричные методы не показывают причин сложившейся ситуации фирмы, не обладают прогностичностью.

Графические методы (многоугольник конкурентоспособности) являются одними из самых простых для оперативного анализа ситуации, наглядно показывают сильные и слабые стороны предприятия, определяют текущее положение предприятия относительно конкурентов. Но они сложны при расчетах показателей, получении исходных данных, отсутствует прогнозная информация.

Основным недостатком рассмотренных методов является их ограниченность: или оценивается какая-либо одна группа факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, и на основе полученных данных делается вывод об уровне конкурентоспособности всего предприятия, или метод является слишком сложным и трудоемким для практического использования. Использование только какого-то одного метода не дает полного представления об уровне конкурентоспособности предприятия. Представляется возможным для достоверной оценки конкурентоспособности предприятия использовать весь спектр методов оценки.

О.С. Полушина

Уральский государственный технический университет им. Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург

БЕНЧМАРКИНГ КАК МЕТОД ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Бенчмаркинг (от англ. benchmark, "начало отсчета", "зарубка") – это механизм сравнительного анализа эффективности работы одной компании с показателями других более успешных фирм. Многие организации во всем мире применяют бенчмаркинг, используя различные его формы, и рассматривают эталонное сопоставление в качестве инструмента совершенствования бизнеса и достижения конкурентных преимуществ.

При этом производственные и маркетинговые функции становятся более управляемыми, поскольку на предприятии исследуются и внедряются лучшие методы и технологии