

А. Г. Мельцер, канд. соц. наук,
Институт экономики промышленности НАН Украины

ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА НА МОБИЛИЗАЦИЮ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПЕРСОНАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УКРАИНЕ

АННОТАЦИЯ. В статье приводятся результаты социологического исследования опроса экспертов ряда промышленных предприятий Украины. Полученные данные говорят, что инновационная, новаторская деятельность не стала приоритетной в условиях кризиса для значительной части руководителей. Поэтому необходимо принятие срочных мер в направлении создания условий для приобретения долгосрочных конкурентных преимуществ предприятий.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Кризис, промышленное предприятие, инновационная деятельность, изобретательство, рационализация.

АНОТАЦІЯ. У статті наведено результати соціологічного дослідження — опитування експертів низки промислових підприємств України. Ці дані свідчать, що інноваційна, новаторська діяльність не стала пріоритетною в умовах кризи для значної частки керівників. Тому необхідно прийняття першочергових заходів у напрямі створення умов для одержання довгострокових конкурентних переваг підприємств.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: криза, промислове підприємство, інноваційна діяльність, винахідництво, раціоналізація.

ANNOTATION. The paper presents the results of a sociological survey - opinion of experts from the group of industrial enterprises. The data obtained say that the innovative activity are not priority under the crisis from the most of leaders. That is why the passing of urgent measures for the making of the conditions from the receiving long-term competitive advantages of the enterprises is necessary.

KEY-WORDS: crisis, industrial enterprise, innovative activity, inventorship, rationalization.

Общепризнано, что кризис имеет свою позитивную сторону, поскольку стимулирует поиск новых решений и может повысить интеллектуальную составляющую бизнеса. В настоящее время эксперты говорят о наступлении второй волны кризиса, что требует новой мобилизации усилий руководства предприятия и его персонала. Об усилении роли инноваций в условиях кризиса свидетельствуют теоретические разработки зарубежных и отечественных авторов, практический опыт специалистов в области инновационного менеджмента.

Однако в условиях наших реалий имеют место и другие варианты адаптации к меняющимся условиям. Это показали результаты проведенного в сентябре-октябре 2009 г. эмпирического исследования. Сотрудниками ИЭП НАН Украины были опрошены с помощью анкеты 113 экспертов — представителей промышленных предприятий Донецкой и других областей Украины. В выборку попали преимущественно наиболее успешные и передовые предприятия. Малые предприятия с численностью персонала 50 чел. и менее представляли 36 % опрошенных, с численностью 51—100 чел. — 20 %, численностью 100—1000 чел. — 31 %, свыше 1000 чел. — 8 % респондентов.

Цель опроса заключалась в установлении отношения экспертов к ситуации кризиса, оценке политики руководства предприятий, способам адаптации управления к новым условиям, роли инноваций, изобретательства и рационализации. Теоретическими основаниями для исследования послужили работы Н.И. Лапина, А.И. Пригожина, Л.Я. Косалса, В.П. Соловьева, В.М. Гееца, З.С. Варналия и многих других ученых.

Воздействие кризиса ощущают на своих предприятиях практически все опрошенные, причем 60 % — в значительной мере, а 28 % — незначительно. Почти половина опрошенных (47 %) отмечают ухудшение положения и трудности: четвертая часть опрошенных считают, что кризис привел к ухудшению положения предприятия, воспринимают его как испытание — 20 %, борьбу — 2 % . В то же время 33 % опрошенных считают, что кризис является стимулом для обновления, роста, или выражают мнение, что он не ухудшил работу их предприятия (соответственно 28 % и 4 %). Из числа опрошенных 3 % отмечают, что кризис в Украине носит постоянный характер. На их предприятиях в связи с кризисом происходят следующие изменения. Идет поиск новых рынков сбыта (66 %), усиливается маркетинговая служба (30 %), идет поиск новых технических идей (46 %), привлекаются авторы со стороны (4 %), меняется оргструктура предприятия (32 %). Респонденты отмечают роль внешних факторов, например, возникают проблемы у партнеров, растут цены на газ, металл. Ухудшение условий вызывает целый ряд непопулярных мер: происходит увольнение людей (22 %), урезаются социальные программы (20 %), происходит сокращение фонда рабочего времени (19 %). Респонденты говорили о том, что руководство идет на повышение интенсификации труда (ускорение ритма конвейера, например), увольняя работников и экономя на зарплате.

Цели руководства предприятий в настоящее время, по мнению респондентов, в основном, сосредоточены на следующем: выйти на новые рынки сбыта (69 %), сохранить рыночную нишу (42 %), снизить себестоимость продукции (49 %), существенно улучшить качество продукции (25 %). В отношении персонала ставятся такие цели, как сохранить численность (27 %), повысить квалификацию (17 %). Улучшение экологической ситуации назвали 6 % опрошенных.

Эти данные подтверждаются содержанием мер, которые сейчас проводятся на предприятии: поиск новых рыночных ниш (62 %), поиск партнеров за рубежом (32 %), поиск долгосрочных кредитов (4 %), техническое обновление производства (33 %), диверсификация производства (13 %), разработка стратегии предприятия на долгосрочную перспективу (35 %), слияние (разукрупнение) предприятий, подразделений (5 %). Комментарии респондентов к ответам на вопросы анкеты говорят об открывающихся возможностях завоевания новых рынков сбыта в связи с кризисом, о возможностях приобретения нового оборудования по более низким ценам и т.д.

В целом большинство опрошенных полагает, что выход предприятия из кризиса зависит, главным образом, от собственных усилий администрации и коллектива (60 %), в то же время велико число тех, кто считает, что оно зависит от действий правительства (50 %), от мировой ситуации (26 %), других внешних факторов (4 %) (сумма ответов превышала 100 %, т.к. допускался выбор нескольких альтернатив).

Вторичная обработка результатов опроса респондентов показала следующее. При ответе на вопрос: «Какие изменения вызвал кризис на Вашем предприятии?» 72 % опрошенных указали на преобладание рыночных факторов (поиск новых рынков сбыта, усиливается маркетинговая служба). В то же время фактор технического переоснащения производства (поиск новых технических идей, привлечение авторов со стороны) был выбран только 47 % опрошенных. Преобладание рыночной стратегии над техническим обновлением наблюдается и в ответе на вопрос: «Каким вопросам руководство Вашего предприятия уделяет сейчас наибольшее внимание?» О рыночной ориентации свидетельствуют ответы 77 % опрошенных, о техническом обновлении — 43 %. О том же говорят данные ответов на вопрос: «Какие цели ставит перед собой руководство предприятия в связи с кризисом?» Здесь на рыночную ориентацию указали 81 % опрошенных, интенсивные факторы (повышение качества продукции, рост квалификации персонала) — только 33 % опрошенных.

Таким образом, полученные данные свидетельствуют о привычках и надеждах подавляющего большинства руководителей предприятий решать свои проблемы путем использования конъюнктурной ситуации, ослабления конкурентов в связи с кризисом и др. В то же время вопросы технического перевооружения, диверсификации производства, повышения качества продукции и квалификации персонала, как видно, имеют второстепенное значение — эта позиция находится в числе важных для руководства, по мнению менее чем половины опрошенных. ***Резервы экономии такие руководители ищут не в притоке новых идей от своих новаторов и авторов со стороны, а в сокращении социальных выплат, увольнении работников.***

Поиск новых идей для выхода из кризиса руководство предприятия осуществляет следующим образом: преимущественно это укрепление служб высококвалифицированными специалистами (36 %), проведение конкурсов на лучшее решение (12 %), создание новых подразделений в помощь новаторам (11 %), увеличение средств на поощрение новаторов (7 %). Об обращении к внешним источникам конкурентных преимуществ свидетельствуют поиск идей в сети Интернет (28 %), заимствование идей у конкурентов (19 %), приглашение независимых консультантов.

Изобретательство и рационализация, как известно, являются одним из важнейших путей повышения конкурентоспособности продукции и услуг предприятия. Однако в настоящее время этому вопросу уделяется недостаточно внимания. Так, 35 % опрошенных указали, что ***эта работа на их предприятиях не проводится***. Остальные так оценили имеющиеся средства и формы этой работы: имеется специальная служба (29 %), новаторы получают специальные премии (22 %), утверждены местные нормативные документы (10 %), применяются меры морального поощрения (7 %), новаторы получают путевки, подарки и другие материальные поощрения (6 %), проводятся конкурсы по решению конкретных задач (6 %), проводятся конкурсы на лучшего изобретателя, рационализатора (4 %), для новаторов готовятся специальные обзоры, рефераты (3 %), разрабатывается темник узких мест (8 %). Значительное число опрошенных (19 %) указали, что за последний год на их предприятии появились новые формы работы с авторами, однако уточнили, какие именно формы только 8 % респондентов, что говорит о недостаточной осведомленности сотрудников.

Общая оценка состояния дел с поощрением творчества содержится в ответах на вопрос: «Как изменились на Вашем предприя-

тии условия для творчества за последний год?» Ответы распределились следующим образом: улучшились — 28 %, остались на том же уровне — 25 %, в чем-то улучшились, в чем-то ухудшились — 23 %, ухудшились — 12 %. Это говорит о существенной недооценке научно-технического творчества на предприятии, поскольку создание условий подчас не требует больших затрат.

Авторами новых технических решений являются, в основном, главные специалисты (отметили 50 % опрошенных), первые руководители (45 %), конструкторы (33 %), технологи (27 %), а также научные сотрудники (12 %), рабочие (9 %).

В помощь авторам на предприятиях имеются следующие возможности: изготовления опытного образца (41 %), проверки предложения (27 %), работают специальный отдел или подразделение (19 %), ответственный работник (31 %).

Вопросам научно-технического творчества на предприятиях руководству уделяет недостаточное внимание. Особенно это существенно в условиях нынешнего кризиса. Многие формы работы с авторами воспроизводятся как дань традиции (особенно это характерно для крупных предприятий), участие в них рядовых работников и авторов со стороны минимально.

Предварительные выводы

1. Кризис не имеет тотального негативного влияния на все предприятия. Многие респонденты рассматривают его как стимул к развитию, поиску новых возможностей. Значительная часть опрошенных считают важным в преодолении негативных последствий кризиса собственные усилия администрации и коллектива.

2. Преобладающим направлением в борьбе с кризисом является рыночная составляющая (поиск новых рынков сбыта, партнеров и т.п.).

3. Хотя инновации признаются важным инструментом преодоления кризиса, но определяющим является стремление к заимствованию проверенных идей, имитации инноваций, получению новых разработок без оплаты.

4. Руководство предприятия видит свою опору, в основном, в собственных сотрудниках. Привлечение авторов со стороны носит пока фрагментарный характер.

5. Условия кризиса не оказали пока существенного влияния на перестройку новаторской работы. О новых формах ее пока говорить не приходится. Руководители предприятий еще до конца

не осознали, каким серьезным является этот кризис, о чем свидетельствуют предпринимаемые ими меры.

6. При таком уровне организации инноваций неизбежны большие потери, т.к. интенсивность инновационной деятельности предприятий совершенно не соответствует тяжести момента. Необходимо понимать, что выход из кризиса будет обязательно сопровождаться очень серьезным повышением производительности труда у конкурентов, а, следовательно, количество предприятий по каждому направлению будет уменьшено. Конкуренты Украины работают сейчас изо всех сил, а в Украине им благоприятствует политика «открытых ворот». Поэтому задача создания новой Национальной инновационной системы (НИС) является крайне актуальной для Украины, и проведенный опрос это подтвердил.

7. Возможности достижения значимых результатов имеются, поскольку не реализованы крупные ключевые инновации, позволяющие дать новый импульс развития базовым отраслям промышленности за счет новейших технологий.

8. Поскольку в опросе участвовали представители наиболее активных и успешных предприятий, то надо полагать, что на других, менее успешных, дело обстоит гораздо хуже. Задача перехода экономики Украины на инновационный путь решается очень медленно в связи с ухудшением положения и установками руководителей предприятий.

Предложения

1. Предприятия должны разрабатывать программы развития с опорой на собственные силы (мобилизации собственных ресурсов). Важнейшим инструментом выхода из кризиса являются инновации, поэтому необходима кардинальная перестройка новаторской работы на предприятиях. Для этого должны быть разработаны типовые документы, освещающие опыт лучших предприятий, своего рода стандарт предприятия.

2. Необходима организация притока идей со стороны (привлечение авторов со стороны). Это можно сделать с помощью Инновационного центра нового типа (ИЦНТ), о целесообразности создания которого выступает ИЭП НАН Украины на протяжении ряда последних лет.

3. Необходимо создание новой НИС Украины с учетом уроков кризиса, а также формирования региональных инновационных систем.

4. Основания для оптимизма заключаются в том, что опыт возрождения промышленности СССР в годы первых пятилеток по-

сле гражданской войны при остром недостатке кадров показал уникальные результаты, когда без внешних займов и во враждебном окружении были в короткие сроки (за 4,5 года) построены 518 крупных предприятий и 1040 машинно-тракторных станций с парком машин.

5. Предлагается провести более углубленное исследование влияния кризиса на инновационную политику предприятий для подтверждения полученных данных и расширения предварительных выводов.

Стаття надійшла до редакції 2.07.2010 р.

УДК 331.522.4

Г. Ю. Міщук, канд. екон. наук, доцент,
Національний університет водного господарства
та природокористування

СУСПІЛЬНЕ МОТИВУВАННЯ РОЗВИТКУ І ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

АНОТАЦІЯ. Обґрунтовано поняття суспільного мотивування розвитку і використання трудового потенціалу. Досліджено мотивуючі чинники зайнятості населення в Україні. Запропоновані концептуальні засади аналізу мотивування населення до продуктивної зайнятості на мезо- та макрорівнях національної економіки.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: мотивування, трудовий потенціал, працездатне населення, зайнятість, продуктивність

АННОТАЦИЯ. Обосновано понятие общественного мотивирования развития и использования трудового потенциала. Исследованы мотивирующие факторы занятости населения в Украине. Предложены концептуальные основы анализа мотивирования населения к продуктивной занятости на мезо- и макроуровне национальной экономики.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Мотивирование, трудовой потенциал, трудоспособное население, занятость, продуктивность

ANNOTATION. The notion of public motivation of labour potential development and usage is grounded. The motivating factors of the population employment in Ukraine are investigated. The conceptual bases of the analysis of motivating population to the productive employment on mezzo and macro level are proposed.

KEY WORDS. Motivation, labour potential, able-bodied population, employment, productivity.