

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОЦЕССА ТРУДА, НОВАЯ СФЕРА УСЛУГ И ЗАДАЧИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ**Василенко Н.В.**

ФГБОУ ВПО «Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена»

Актуальность данной темы обосновывается наблюдающейся трансформацией современной экономики, обусловленной преобразованием знаний в важнейший экономический ресурс, и происходящей одновременно по нескольким направлениям, затрагивающим как структуру экономики, так и качество процесса создания товаров и услуг. Статья посвящена взаимосвязи между развитием сферы услуг, новым качеством труда и задачами высшего образования. Выделены и раскрыты основные тенденции фундаментальной трансформации процесса труда в современных условиях. Его интеллектуализация в сочетании с индивидуализацией спроса рассмотрены в качестве предпосылок для развития и появления новых знаниеемких видов сервисной деятельности. Обоснована позиция, что в настоящее время основная цель высшего образования состоит в подготовке специалиста, способного обеспечить бесперебойное функционирование системы создания, преобразования, трансфера и коммерциализации знаний на основе вовлечения студентов в процесс создания результатов интеллектуальной деятельности.

TRANSFORMATION OF LABOR, NEW SERVICES AND CHALLENGES OF HIGHER EDUCATION IN THE MODERN ECONOMY**Vasilenko N.V.**

Herzen State Pedagogical University

The relevance of this topic is justified profound transformation in the modern economy. This transformation is conditioned transformation of knowledge into the most important economic resource and occurs simultaneously in several areas affecting both the structure of the economy and the quality of the process of producing goods and services. The article is devoted to the relationship between the development of the service sector, a new quality of work and tasks of higher education. The main trend of the fundamental transformation of the labor process in the present conditions is identified and disclosed. Intellectualization of labor and personalization of demand are considered as a prerequisite for the development and emergence of new types of knowledge-intensive service activities. Justified position that now the main purpose of higher education is to prepare a specialist who can ensure the smooth functioning of the system of creation, conversion, transfer and commercialization of knowledge by engaging students in the process of creating the results of intellectual activity.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ И РАЗВИТИЮ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**Васюхин О.В., Павлова Е.А.**

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики», Санкт-Петербург, Россия (197101, Санкт-Петербург, пр. Кронверкский, д. 49)

В статье проведен анализ компонент инновационного менеджмента. Представлена концепция системы управления инновационным потенциалом промышленного предприятия, которая базируется на ряде постулатов. Исходной позицией должна быть мотивация к формированию и развитию инновационного потенциала предприятия. Авторами аргументированно доказывается необходимость обоснованного выбора целесообразного направления формирования и развития инновационного потенциала и планирования его содержательной составляющей. Такой выбор может быть реализован в процессе стратегического сегментирования рынка, основанного на анализе рыночного окружения промышленного предприятия. Разработка адекватной организации инновационного потенциала позволит обеспечить своевременную адаптацию предприятия к изменениям рыночной среды. Авторы обосновывают необходимость мониторинга уровня и перспектив развития инновационного потенциала предприятия. Реализация предлагаемого подхода позволит обеспечить высокие конкурентные позиции предприятия в стратегической перспективе.

CONCEPTUAL APPROACH TO THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE INNOVATIVE POTENTIAL OF THE ENTERPRISE**Vasyukhin O.V., Pavlova E.A.**St. Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics
St. Petersburg, Russia (197101, St. Petersburg, Kronverkskiy pr., 49)

The analysis of components of innovative management is conducted in the article. Introduces the concept of the system of managing the innovative potential of the industrial enterprise, which is based on a number of postulates. The

starting point should be the motivation for the formation and development of the innovative potential of the enterprise. The authors convincingly proved the need for informed choice of rational directions of formation and development of the innovative potential and the planning of its content. Such a choice can be implemented in the process of strategic market segmentation, based on the analysis of the market environment of the industrial enterprise. The development of adequate organisation of the innovation potential will allow to ensure the timely adaptation of enterprises to changes of market environment. The authors substantiate the necessity of monitoring the level and prospects of development of innovative potential of the enterprise. Implementation of the proposed approach will allow to provide high competitive position of the enterprise in a strategic perspective.

ОСНОВЫ МОТИВАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Васюхин О.В., Павлова Е.А.

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики», Санкт-Петербург, Россия
(197101, Санкт-Петербург, пр. Кронверкский, д. 49)

В статье исследуются проблемы эффективного управления инновационной деятельностью промышленных предприятий. Предлагаются методологические рекомендации по формированию мотивационной системы инновационно-активного предприятия. Авторы определяют особенности отдельных видов мотивации применительно к инновационной деятельности предприятий. При этом выделяются внутренняя мотивация, которая подразумевает побудительные силы и действия, формируемые внутри предприятия, и внешняя мотивация как совокупность факторов, действующих за пределами предприятия, но целенаправленно или опосредовано воздействующих на его деятельность. В работе определены основные функции, которые должна выполнять система мотивации. Особая роль отводится анализу и оценке конкурентных преимуществ предприятия в рыночной среде, которая может быть выполнена с помощью методов стратегического анализа. Предложенная авторами концепция мотивации инновационной деятельности при ее реализации позволит обеспечить эффективное использование инновационного потенциала предприятия.

THE BASIS OF THE MOTIVATION OF INNOVATIVE ACTIVITY OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISE

Vasyukhin O.V., Pavlova E.A.

St. Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics,
St. Petersburg, Russia (197101, St. Petersburg, Kronverkskiy pr., 49)

This article investigates the problem of effective management of innovative activity of industrial enterprises. The proposed methodological recommendations on the formation of the motivational system of innovation-active enterprises. The authors define the characteristics of individual types of motivation in relation to innovation activities of enterprises. They point out intrinsic motivation, which involves motivating force and effect generated within the enterprise, and extrinsic motivation as a combination of factors acting outside the company, but purposefully or indirectly affect its activity. The paper identifies the main functions to be performed by the system of motivation. A special role is given to the analysis and evaluation of competitive advantages in the market environment, which can be performed using the methods of strategic analysis. Authors proposed the concept of motivation innovation in its implementation will ensure the effective use of innovative potential of enterprises.

ПРОБЛЕМЫ АНАЛИЗА РЫНКА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Васюхин О.В., Левин М.К., Цуканова О.А.

ФГБОУ «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий механики и оптики», Санкт-Петербург, Россия (Санкт-Петербург, Кронверкский пр., 49),
e-mail: lmk230690@gmail.com

Обоснована актуальность разработки методических основ формирования рыночной информации, ориентированной на потенциального потребителя, а также процедуры ее поиска. Проанализировано и раскрыто понятие «научно-техническая продукция». Определены специфические свойства научно-технической продукции как товара, который обладает особыми свойствами в силу того, что он является результатом научных исследований и разработок, которые несут уникальный характер. Доказано, что на сегодняшний день уже сформировался рынок научно-технической продукции. И, что как и любой другой элемент мирового рынка, этот рынок обладает рядом особенностей, обусловленных спецификой предлагаемого товара. Проанализированы возможные источники первичной и вторичной информации, необходимые для исследования рынка научно-технической продукции. Даны рекомендации по их отбору и работе с ними. В заключение сделан вывод о том, что для каждого исследования необходимо составлять индивидуальную программу и формировать целевую исследовательскую