

взаимодействия с работником. Такие компании ищут «своих» и подключают весь организационный контекст, от эффективных коммуникационных стратегий на этапе поиска и отбора персонала до развития «сообщества выпускников» для поддержания дружественной взаимосвязи с бывшими сотрудниками, что формирует «знак качества» работодателя. Так формируется уникальный воодушевляющий опыт взаимодействия между работником и работодателем, который действует как навигатор, указывает направление и строит самые эффективные маршруты для будущих и настоящих работников. Лидирующие компании обращаются к сотрудникам за вдохновением, используя совместные подходы для разработки их «идеального» и «обогащенного» опыта, ведущего к целенаправленной, продуктивной и значимой работе, что отражает и усиливает имидж организации. Артикулируя свои ценности и атрибуты через «signature experiences» – видимые и отличительные элементы рабочей среды, компании сообщают о своих устремлениях и тех навыках и обязательствах сотрудников, которые им необходимы [3]. Создавая и распространяя такой опыт, компании учитывают предпочтения своих работников, нацелены на потенциальных сотрудников так же методично, как и на потенциальных клиентов, идентифицируют и сохраняют свою историю и понимают, что лучшая стратегия для выхода вперед в войне за таланты – это привлечение только нужных людей – тех, «кто действительно заинтригован и взволнован той средой, которую предлагает компания, кто вознаградит ее своей лояльностью и сделает ее уникальной» [3, с. 104].

Залог развития любой экосистемы заключается в совместной эволюции ее участников, означая, что успех компании зависит от команды профессионалов, способных менять роль в запросах целевых и ценностных установок компании [2]. Удваивая персонифицированные возможности, успешные компании формируют особую культуру, поддерживающую индивидуальные амбиции сотрудников и приоритеты организации. В результате формируется территория персонифицированного взаимодействия, обеспечивающая синергию эффективного сотрудничества между работником и работодателем.

Литература:

1. Кулькова И. А. Концептуальная модель повышения эффективности деятельности работников на основе персонифицированного подхода к развитию трудовых отношений / И. А. Кулькова, Н. А. Николаев // Экономика труда. – 2024. – Т. 11, № 9. – С. 1387-1400. – DOI 10.18334/et.11.9.121680.
2. Семенова И. В. Роль работника в "экономике 5.0": "точки" личных и организационных преобразований / И. В. Семенова // Экономика 5.0: коллективный интеллект и развитие : материалы VIII Пермского экономического конгресса (Пермь, 2024 г.). – Пермь, 2024. – С. 139-146. – ISBN (если есть, иначе опускается).
3. Erickson J. What it means to work here / J. Erickson, L. Gratton // Harvard Business Review. – 2007. – Vol. 85, No. 3. – P. 104-112, 144.

Стаселько В. М. (асп.), **Зайцева О. В.** (к.э.н., доцент)
Витебск, ВГТУ

ИННОВАЦИОННАЯ ВОСПРИИМЧИВОСТЬ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР АДАПТАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ К НОВЫМ ЭКОНОМИЧЕСКИМ ВЫЗОВАМ

Современная мировая экономика меняется очень быстро. Причины - научно-технический прогресс, цифровизация, новые запросы потребителей и геополитическая

напряжённость. Всё это создаёт серьёзные вызовы для предприятий. Им нужно не просто реагировать на изменения, а заранее выстраивать механизмы адаптации.

Для Республики Беларусь, где промышленный сектор остаётся основой национальной экономики, способность оперативно адаптироваться к внешним изменениям приобретает характер не просто конкурентного преимущества, а условия выживания и устойчивого развития. В этой связи на первый план выходит такое свойство хозяйствующего субъекта, как способность воспринимать, интегрировать и эффективно использовать новые знания, технологии и бизнес-модели [6]. Данное свойство в современной научной литературе определяется как инновационная восприимчивость.

Инновационная восприимчивость - это комплексная характеристика организации, отражающая её готовность и способность генерировать, принимать, внедрять и результативно использовать новшества различных типов [1, 2]. Это проявляется в культуре организации, ее структуре и подходе к управлению, которые нацелены на постоянное развитие и поиск новых возможностей.

Перечислим ключевые составляющие инновационной восприимчивости.

Первое - стратегическая ориентация на инновации. Инновации должны быть интегрированы в общую стратегию развития предприятия, а не рассматриваться как второстепенная задача. Это предполагает четкое видение будущего, определение приоритетных направлений инновационной деятельности и выделение соответствующих ресурсов.

Второе - организационная гибкость и адаптивность. Предприятие должно обладать гибкой организационной структурой, позволяющей быстро реагировать на изменения внешней среды, перераспределять ресурсы и формировать временные проектные команды для реализации инновационных проектов.

Третье - культура открытости и экспериментирования. Создание атмосферы, в которой поощряются новые идеи, допускаются ошибки как часть процесса обучения, а сотрудники чувствуют себя свободно, предлагая инновационные решения.

Четвертое - человеческий капитал и компетенции. Как обоснованно отмечают Л. М. Лапицкая и Е. В. Емельяненко, инновационная активность организации невозможна без мотивированного персонала и настроенности самого субъекта хозяйствования на использование своего инновационного потенциала [7]. Речь идёт не только о технических компетенциях, но и о навыках креативного мышления, командной работы и управления изменениями.

Пятое - информационная осведомленность и анализ. Данный компонент включает в себя способность организации отслеживать технологические тренды, рыночные изменения, действия конкурентов и эволюцию потребительских предпочтений, а также эффективно обрабатывать эту информацию для принятия обоснованных управленческих решений [3].

Шестое - сотрудничество и партнерство. Высокий уровень инновационной восприимчивости предполагает готовность предприятия к взаимодействию с внешними сторонами – научными организациями, университетами, поставщиками и даже конкурентами – для обмена знаниями и совместной разработки и внедрения инноваций.

Седьмое - финансовая и ресурсная база. Наличие достаточных средств и материальных ресурсов для инвестирования в инновационные проекты.

Важно подчеркнуть, что сама по себе инновационная восприимчивость - это системное свойство предприятия, неразрывно связанное с его внутренними особенностями как сложной производственной системы. Ее формирование и развитие определяется наличием конкретного набора факторов и условий, которые в совокупности образуют инновационный потенциал. Именно через призму этого

свойства, как показывают исследования, можно выйти на принципиально новые способы привлечения инноваций для повышения конкурентоспособности [1].

Промышленные предприятия Республики Беларусь сталкиваются с комплексом внешних вызовов, требующих повышенного внимания к развитию инновационной восприимчивости.

Вызов первый - усиление глобальной конкуренции. Защита существующих и выход на новые рынки требуют постоянного повышения эффективности и уникальности продукции и услуг [2, 5].

Вызов второй - цифровая трансформация. Внедрение таких технологий, как искусственный интеллект, большие данные и Интернет вещей, радикально меняет производственные процессы. Предприятия, не способные адаптироваться к этим изменениям, рискуют оказаться вне рынка [6];

Вызов третий - изменение сырьевых и энергетических рынков. Волатильность цен на сырье и энергоносители, а также тренд на «зеленую» экономику требуют поиска альтернативных источников, оптимизации энергопотребления и разработки экологически чистых технологий;

Вызов четвёртый - геополитическая нестабильность и санкционное давление. Ограничения на импорт/экспорт, нарушение логистических цепочек и необходимость поиска новых рынков сбыта требуют гибкости и способности быстро перестраивать производственные и сбытовые стратегии. Как показывают Н. Л. Давыдова и М. М. Ковалёв, промышленное развитие Беларуси в условиях санкционных ограничений всё в большей степени ориентируется на коммерциализацию научных достижений и внедрение инноваций [2];

Вызов пятый - изменение потребительских предпочтений. Современные потребители становятся более требовательными, ориентированными на персонализацию, экологичность и социальную ответственность продукции. Предприятиям необходимо реагировать на эти запросы, предлагая инновационные решения, отвечающие новым ожиданиям.

Инновационная восприимчивость служит катализатором адаптаций, позволяя предприятиям не просто реагировать на эти вызовы, но и трансформировать их в возможности для роста.

В условиях усиления глобальной конкуренции предприятия с высокой инновационной восприимчивостью способны разрабатывать уникальные продукты и технологии, повышать качество и снижать издержки. Это позволяет им укреплять конкурентные преимущества и оперативно адаптировать свои предложения к меняющимся требованиям рынка [1, 5].

Цифровая трансформация становится не угрозой, а инструментом развития для предприятий с высокой инновационной восприимчивостью. Такие предприятия активно внедряют цифровые технологии для оптимизации производства, автоматизации процессов, улучшения управления данными, что повышает их операционную эффективность.

Изменение сырьевых и энергетических рынков стимулирует инновационно восприимчивые предприятия к поиску и внедрению ресурсосберегающих технологий. Это не только снижает зависимость от ценовых колебаний, но и соответствует глобальным трендам устойчивого развития [4, 8].

Отдельно рассмотрим роль инновационной восприимчивости в условиях санкционного давления. Геополитическая нестабильность требует от предприятий высокой степени гибкости и способности к быстрому перестроению. Инновационно восприимчивые организации легче находят новые рынки сбыта, налаживают альтернативные логистические цепочки, разрабатывают импортозамещающие технологии и продукты, а также диверсифицируют свою деятельность. Эмпирические

данные последних лет подтверждают, что промышленное развитие Беларуси в условиях санкционных ограничений все больше ориентируется на коммерциализацию научных достижений и внедрение инноваций [2].

Изменение потребительских предпочтений стимулирует инновационно восприимчивые предприятия к постоянному совершенствованию своей продукции и услуг. Они активно используют обратную связь от клиентов, проводят маркетинговые исследования и внедряют новые подходы к дизайну, функциональности и сервису [7].

Кроме того, инновационная восприимчивость способствует развитию экономики знаний внутри страны. Когда предприятия активно ищут, поглощают и применяют новые знания, они стимулируют развитие научно-исследовательского потенциала, повышают квалификацию своих сотрудников и способствуют формированию более образованного и компетентного общества в целом. Это создает положительный цикл, где инновации порождают новые знания, а знания, в свою очередь, подпитывают дальнейшие инновации.

Таким образом, инновационная восприимчивость – это не просто желательная характеристика, а необходимое условие выживания и процветания промышленных предприятий Республики Беларусь в условиях современных экономических вызовов.

Литература:

1. Головачев, А. С. Инновационная восприимчивость как системное свойство промышленного предприятия: факторы и методы оценки / А. С. Головачев // Наука и инновации. – 2022. – № 7 (233). – С. 24–29.
2. Давыдова, Н. Л. Адаптация промышленности Беларуси к санкционным ограничениям: роль инновационной активности / Н. Л. Давыдова, М. М. Ковалев // Белорусский экономический журнал. – 2024. – № 1. – С. 58–72.
3. Иванов, С. Н. Цифровая трансформация промышленности: вызовы и перспективы / С. Н. Иванов // Экономика и управление. – 2023. – № 2. – С. 34–41.
4. Иванов, С. Н. Цифровая трансформация промышленности: вызовы и перспективы / С. Н. Иванов // Экономика и управление. – 2023. – № 2. – С. 34–41.
5. Коваленко, В. В. Конкурентоспособность промышленных предприятий в условиях нестабильности / В. В. Коваленко // Вестник Института экономики НАН Беларуси. – 2024. – № 1. – С. 45–52.
6. Кушлин, В. И. Инновационный потенциал и восприимчивость промышленных предприятий: теория и практика / под ред. В. И. Кушлина. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 312 с.
7. Лапицкая, Л. М. Роль человеческого капитала в формировании инновационной восприимчивости промышленных предприятий / Л. М. Лапицкая, Е. В. Емельяненко // Вестник Белорусского государственного экономического университета. – 2023. – № 4. – С. 45–53.
8. Петрова, Е. А. Управление инновационной восприимчивостью предприятия: методологический аспект / Е. А. Петрова. – Минск : БГЭУ, 2022. – 198 с.

Суфиев А. Р. (маг.), Борисова Л.И. (к.э.н., доц.)
Душанбе, РТСУ

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН

Рынок труда Республики Таджикистан амбициозен и активно развивается, что приносит пользу национальной экономике путём взаимодействия потенциальных работодателей с государственными институтами образования, или путём создания собственных платформ по отбору потенциальных кандидатов.

Согласно отчёту об итогах деятельности Министерства труда, занятости и миграции населения Республики Таджикистан за первое полугодие 2025 года официальный уровень безработицы составляет 1,8% от числа трудоспособного населения (около 49,3 тыс. человек). В экономике республики занято около 2,748 млн.