

УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИЙ

В новых условиях хозяйствования экономики Беларуси, ставшей на путь рыночных преобразований, конкуренция товаров и услуг трансформируется в конкуренцию организаций, в соперничество управленческих знаний, искусства и мастерства управления. Это объясняется тем, что мир вступил в эпоху «интеллектуальной экономики» или «экономики знаний», где основными источниками благосостояния и ведущими факторами производства становятся инновации и творческие (интеллектуальные) достижения людей. Следовательно, в современных условиях выживают только те предприятия, которые гибко реагируют на требования рынка, создают и грамотно организуют производство конкурентоспособной продукции, обеспечивают эффективность перестройки внутрипроизводственного управления, т.е. инновационно развиваются.

Развитие предприятий на основе инноваций в период кризиса и в посткризисный период имеет свои особенности. Одним из условий существования предприятий являются инновации. Кризис снижает шансы на выживание для вновь созданных инновационных предприятий. Отметим некоторые особенности развития венчурных предприятий в условиях кризиса:

- возрастает роль государства по поддержке определенных отраслей и предприятий;
- сокращается спрос на инновационные продукты со стороны потребителя;
- совершенствуются законодательные аспекты функционирования инвестиционной и инновационной деятельности;
- снижается доля предприятий, избравших инновационный путь развития.

Текущая ситуация в мировой экономике не способствует принятию быстрых решений относительно инновационного развития. Тем не менее динамика происходящих событий заставляет компании по всему миру актуализировать собственные инновационные стратегии.

Неблагоприятные макроэкономические условия отражаются на деятельности инновационно активных компаний. В условиях дефицита ликвидности отмечается сокращение исследовательских бюджетов.

Основными условиями кризиса, определяющими развитие предприятий стало: резкое сжатие рынков как в денежном, так и в натуральном выражении; спад инвестиционной активности; совмещение дефицита ликвидности и низкой рентабельности продаж. В связи с этим многие компании изменили свои стратегии развития.

В целях реализации любой стратегии развития компании (обновление (модернизация имеющихся основных фондов), расширения (рас-

ширение географических и продуктовых рынков сбыта), оживление (совмещение стратегий обновления и расширения), защита (удержание позиций на старых рынках) могут быть приняты инновационные решения. И в данном случае необходимо осуществить выбор: повлечет ли инновация увеличение расходов, или она ориентирована на снижение существующего объема расходов.

Каждый субъект рынка имеет свои мотивы для того, чтобы развивать инновации или отказаться от их развития. Главным мотивом для частного бизнеса по развитию инновационной деятельности является увеличение финансовой прибыли и повышение собственной конкурентоспособности в короткой, средней или долгосрочной перспективе. Также в качестве мотива может выступать социальная ответственность предприятия, что также связано со стремлением повысить финансовое благосостояние предприятия через формирование устойчивых отношений с властью и выстраиванием положительного имиджа компании на чувствительных к данному фактору рынках.

Интерес компаний к инновационной деятельности в условиях кризиса обусловлен стремлением найти незаурядный способ минимизации возникающих рисков или уникальные возможности для дальнейшего роста.

Парадокс заключается в том, что средства на инновации появляются в то время, когда компании получают сверхприбыли (в периоды экономического подъема и инвестиционного бума), однако необходимость в инновациях возрастает именно тогда, когда прежние ресурсы развития истощаются и доходы резко падают (в периоды экономических кризисов и падения финансовых рынков).

В связи с этим принятие решений о финансировании инноваций, особенно в условиях кризиса, одновременно должно сопровождаться оценкой того, чем компания готова пожертвовать ради своей цели, и каков будет эффект от намеченного результата в сравнении с затраченными ресурсами. Следует при этом отметить, что работа с инновациями обременена высокими рисками, которые слабо поддаются оценке, но и ожидания вероятных выгод несут, как правило, завышенный характер.

*В.Н. Платонов, профессор
В.П. Холоповский, доцент
БГЭУ (Минск)*

НОМЕНКЛАТУРА ТИПОВ МАГАЗИНОВ: ИЗМЕНЕНИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Современный период развития рыночной экономики характеризуется значительным развитием инфраструктуры за счет резкого роста численности торговых объектов. Вводится множество магазинов, тип