

УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИЙ

В новых условиях хозяйствования экономики Беларуси, ставшей на путь рыночных преобразований, «...конкуренция товаров и услуг трансформируется в конкуренцию организаций, 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 организации, 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 имеет свои особенности. В данный период одним из условий существования организаций 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.

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

Основные условия, определяющие развитие организаций в кризисный период: резкое сжатие рынков как в денежном, так и в натуральном выражении; спад инвестиционной активности; совмещение дефицита ликвидности и низкой рентабельности продаж (см. рисунок).

В связи с этим многие компании изменили свои стратегии развития. Зачастую в условиях кризиса организации основную задачу видят в срочном восстановлении ликвидности. Организации начинают работу по снижению издержек, что приносит эффект в основном тем компаниям, которые до кризиса имели высокий уровень рентабельности про-



даж. Тем не менее источником выхода из кризиса могут быть иные решения, например инновации.

В целях реализации любой из четырех стратегий развития организации обновления (модернизации имеющихся основных фондов); расширения (расширения географических и продуктовых рынков сбыта); оживления (совмещения стратегий обновления и расширения); защиты (удержания 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. Увеличение финансовой прибыли и повышение собственной конкурентоспособности в короткой, средней или долгосрочной перспективе является главным мотивом для частного бизнеса по развитию инновационной деятельности. Также в качестве мотива может выступать социальная ответственность организации, что связано со стремлением повысить финансовое благосостояние организации через формирование устойчивых отношений с властью и выстраиванием положительного имиджа организации 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 носят, как правило, завышенный характер.

Для выхода из кризиса необходимо сформировать новую структуру экономики и новую структуру потребления. В конце 1990-х гг. — начале 2000-х гг. двигателем трансформации мировых рынков выступали высокие технологии, во второй половине 2000-х гг. — недвижимость. Существует мнение, что следующим двигателем мировой экономики может стать рынок ресурсосберегающих технологий и альтернативной энергетики. Данное направление активно разрабатывается и рассматривается в государственных программах развития Республики Беларусь и может стать приоритетным для крупных организаций страны.

И.С. Пыл

Белорусский государственный экономический университет (Минск)

ВНЕШНЕИНВЕСТИЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ БЕЛОРУССКИХ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ МИРОВОГО КРИЗИСА

В условиях глобального кризиса компании активизировали свою деятельность на рынке реальных инвестиционных ресурсов, что подтверждается данными ЮНКТАД о росте инвестиций в первичном секторе экономики. По данным американского журнала «Fortune», наиболее прибыльными для инвесторов в краткосрочном периоде являются такие сферы, как общественное питание, медицинские услуги и аптечный бизнес, фармацевтика, железнодорожные перевозки и пищевая промышленность.

Под внешнеинвестиционной стратегией компании (ВИС) понимается общая концепция достижения цели закрепления на мировом рынке, включающая методы и инструменты зарубежной инвестиционной деятельности.

Актуальность проблемы разработки и реализации ВИС пищевой промышленности Республики Беларусь состоит в необходимости налаживания хозяйственных связей на более эффективном уровне и в необходимости организации производства импортозамещающей продукции для обеспечения продовольственной безопасности страны. Внешнеинвестиционная стратегия компании пищевого сектора тесно связана с инновационной стратегией предприятий.

Выбор стратегии фокусирования на производстве концентрированных соков таких белорусских предприятий, как Минский и Барановичский пищевые комбинаты (далее — предприятие), представляется высоко rentабельным, несмотря на рост популярности NFC соков на мировом