ЖУРНАЛ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ №4/2010

СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЙ КОМПАНИЕЙ НА ОСНОВЕ ПРОГРАММНОГО УЧЕТА МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИНАМИКИ

М. С. Лыткин

В статье рассматриваются стратегические ориентиры развития высокотехнологичной компании. Обосновывается иерархия современных целей стратегического управления компанией от технологического лидерства к достижению социально значимых целей. Раскрыта роль человеческого фактора в достижении конкурентных преимуществ компании.

Высокотехнологичные компании представляют особую сферу экономической деятельности. Именно от их успешного функционирования зависит уровень инновационного развития традиционных отраслей промышленности. Являясь, по своей сути поставщиками новых идей, технологий и инновационных решений — высокотехнологичные компании определяют завтрашний день экономики любого государства. Существует множество подходов к стратегии развития высокотехнологичных фирм, в том числе использующих традиционные основы стратегирования применительно к инновационно ориентированным компаниям. В то же время особенности данных компаний требуют, на наш взгляд, и особого подхода к их долгосрочному управлению. Так, А. Шенделев, полагает, что в основу стратегии инновационной компании в XXI в. должны быть заложены следующие положения: способность компании к прогнозному поиску, направленному на достижение определенной цели по заранее заданным критериям целеполагания (нормативный прогноз); рассмотрение стратегического потенциала предприятия как совокупности стратегических потенциалов его будущего товара; мотивация персонала к выработке инновационно-перспективных идей и др. [7]

На наш взгляд, соглашаясь с вышеназванным подходом, следует учитывать следующие особенности высокотехнологичных компаний.

Первое. Необходимость достижения и постоянного поддержания технологического лидерства за счет использования новейших технологий как в производстве, так и проектировании изделий. Технологическое лидерство при сохранении экономической эффективности может достигаться за счет разработки серийных базовых технологий, которые позволяют при некотором дополнении выпускать целый спектр высокотехнологичной продукции.

Второе. Необходимость поддержания устойчивости высокотехнологичной компании во внешней и внутренней среде. Как известно, высокий риск проектов, связанных с выпуском высокотехнологичной продукции, приводит к необходимости формирования особого механизма их финансирования. В западной практике в таком случае прибегают к финансированию через венчурные фонды, созданные специально для инвестирования в высокорискованные проекты. К сожалению, этот институт не получил должного развития в нашей стране и представлен на сегодняшний день лишь несколькими западными фондами, в которых крайне сложно получить финансирование. Рынок ценных бумаг, являющийся популярным способом привлечения ресурсов во многих странах, у нас развит недостаточно и не позволяет привлекать долгосрочные инвестиции компаниям высокотехнологичных отраслей.

В этих условиях практически единственным способом обеспечения стабильного финансирования, а также сохранения и приумножения научного и технического кадрового потенциала предприятия является обеспечение стратегического доверия к нему со стороны внутреннего и внешнего окружения.

Во внешнем окружении доверие достигается путем стабильной выплаты налоговых отчислений, дивидендов акционерам, сокращения затрат и поддержания высокой рентабельности производства, что позволяет не только своевременно рассчитываться по кредитам с инвесторами, но и нивелировать инфляцию. В качестве примера можно привести ОАО «Раменское приборостроительное конструкторское бюро», которое успешно работая на внешнем рынке, зарекомендовало себя авторитетным и надежным партнером в выполнении долгосрочных программ военно-технического сотрудничества с иностранными государствами и обеспечения экспортных поставок бортового оборудования. Предприятие имеет необходимый опыт, оснащение и персонал для разработки и производства современного и перспективного авиационного оборудования, глубокой модернизации

серийно выпускаемых самолетов и вертолетов, готово к сотрудничеству с российскими и зарубежными партнерами и инвесторами по широкому спектру проектов создания эффективных изделий авиационной техники.

Во внутреннем окружении доверие к стратегии компании достигается путем направления существенной части прибыли на развитие коллектива работников конструкторского бюро с позиций социальной защиты (100%-ный социальный пакет для работников), жилищного (финансирование строительства домов для сотрудников) и другого обеспечения. Так, выплата зарплаты сотрудникам осуществляется 3 раза в месяц, своевременно и в полном объеме выплачиваются бонусы топ-менеджерам.

В результате такой политики выстраивается следующая эволюция стратегических целей предприятия: технологическое лидерство → рыночные позиции (определенная доля на рынке) → социальные цели.

Эволюция целей данной компании отражает эволюцию концептуальных положений стратегического управления, накопленных в мировой науке и практике. Так, начиная с 1960-х вплоть до 1980-х гг., целью стратегического управления считалось главным образом достижение определенных *количественных показателей деятельности фирмы* (например, прибыли, технологического лидерства). С 80-х годов акцент был сделан на достижение *качественных показателей* (конкурентные преимущества компании, доля на рынке и др.). На наш взгляд, в современных условиях существенно меняется цель стратегического управления, так что вполне можно говорить о новой его парадигме, отражающей *приоритет социальных аспектов в стратегическом управлении*. В чем состоят эти коренные изменения?

Во-первых, в обществе в целом наблюдается усиление тенденций гуманизации социально-экономического развития.

На современном этапе развития общества, несомненно, возрастает внимание к человеческой личности не только как к главному фактору, но и как к цели общественного развития. Основные императивы, определяющие развитие человеческого сообщества в настоящее время, — глобализация, сотрудничество, гуманизация, что означает приоритет человеческой личности в системе факторов и целей экономического развития, ибо сама сущность развития общества определяется ориентированностью на человека. Гуманизация в общем смысле понимается как усиление человеколюбия, справедливости в экономической, общественной жизни, признание и уважение общечеловеческих ценностей, внимание к людям [6].

Происходит понимание того, что основным богатством любой страны является ее человеческий потенциал. Признается и тот факт, что наиболее важные, значительные по своим последствиям и наиболее ценные для общества качественные сдвиги в воспроизводственном процессе лидирующих в экономическом отношении стран мира происходят не в материальной сфере, а в сфере, связанной с развитием человека и удовлетворением его потребностей.

Экономика, исходя из этого, предстает перед нами как воплощение свойств, целей, идеалов, стремлений, мыслей, креативных (творческо-изобретательных), созидательных способностей человека. В ней реализуется значительная часть замыслов, теорий, изобретений, открытий, проектов, идей людей. Ввиду указанных обстоятельств экономика является носителем свойств ее творца — человека, его характера, уровня интелектуально-культурного развития, души. Гуманизация и дегуманизация экономики обусловливаются человеческими качествами, воплощенными в ней, экономическим поведением человека.

Во-вторых, происходят изменения в понимании источников конкурентоспособности и эффективности деятельности компаний.

В стратегическом плане экономическая мощь и, соответственно, показатели эффективности всегда зависели от того элемента воспроизводственных сил, который является в данный момент наиболее долговременным и дорогостоящим. Поскольку в индустриальной экономике таковым общепринято считался материальный фактор воспроизводства, именно вокруг него сформировалась система традиционных трактовок эффективности в виде количественных показателей фондо- и капиталовооруженности, емкости, отдачи, нормы накопления и их разновидностей [5, с. 3-9, 226-313, 377-387].

В настоящее время результаты традиционных подсчетов количественных показателей эффективности становятся тем более формальными, чем динамичней идет развитие, поскольку они отражают вещные, пассивные характеристики ушедшего прошлого.

Проблема заключается в поиске критериев эффективности, которые опираются на макси-

мальную активизацию человеческого потенциала (как источника инноваций, роста производительности труда и повышения конкурентоспособности) и вследствие этого ориентированы на будущее, нацелены на стимулирование качественных сдвигов и обеспечивают адаптацию к ним.

В современном мире инновационность и эффективность представляют собой единое целое, поскольку эффективность обеспечивается в конечном счете *высоким уровнем производительности труда*. Речь идет о современной универсальной системной интерпретации этой категории. Данная трактовка охватывает зависимость производительности от всех видов воспроизводственной деятельности как в материальном, так и во всех востребованных обществом видах духовного производства.

Источники производительности по своему сущностному определению неотделимы от *инновационных качественных сдвигов разного уровня и характера*. В свою очередь, сколько-нибудь существенные и тиражируемые инновации могут возникнуть в результате достаточно массированных и успешных затрат инвестиционного характера. При этом в нормальном режиме развития страны определенный уровень капиталовложений в науку, образование, культуру и различные, в том числе социальные технологии, необходимый для обеспечения инноваций, не только органически присущ конкурентоспособной, эффективной экономике, но и доступен ей без чрезвычайного напряжения.

В современных условиях инновационность приобретает качества всеобщности и непрерывности, расширяются масштабы создания новых видов бизнеса, отраслей, производств. Это способствует росту производительности труда, эффективности производства, конкурентоспособности товаров, укреплению лидирующих позиций страны в глобальной экономике. При этом *источником инноваций является человек, работник компании*. Уже сейчас значительную часть персонала современных корпораций представляют интеллектуальные работники (*knowledge-workers*). Западные исследователи относят к этой категории не менее 30% всей рабочей силы, используемой в народном хозяйстве развитых стран, причем этот показатель весьма устойчив и зависит скорее от масштабов предприятия, чем от его отраслевой принадлежности [4]. Типичным представителям этой социальной группы присуща значительная социальная мобильность, они не ограничены выполнением какого-либо одного вида деятельности, многие из них определяют свои наиболее принципиальные интересы не в терминах максимизации личного богатства, а в категориях собственного интеллектуального роста и развития. Такие работники обладают выраженным творческим потенциалом и организаторскими способностями. Все эти обстоятельства с очевидностью обусловливают тот факт, что управлять такими работниками, следуя лишь традиционным принципам управления, практически невозможно.

В этих условиях стимулирование образовательного и инновационного процесса (на основе увеличения вложений государства, бизнеса, семей и общественных организаций в сферы образования, науки) является единственным способом достижения мирового лидерства и решения внутренних проблем.

Для догоняющих стран самым важным императивом становится форсирование *всего спектра инвестиций в развитие человеческого потенциала, в первую очередь — его инновационных составляющих*. Именно в этом заключается новая человекоориентированная парадигма социально-экономического развития в XXI в.

В-третьих, резко повышается роль человеческого фактора в достижении конкурентных преимуществ компании.

Давление жесткого конкурентного рынка на производителя так быстро усиливается, что уже сейчас от организации требуется невиданный ранее динамизм, обеспечить который может только человеческий ресурс компании, освоивший переход к системе сотрудничества по принципу «Мы вместе делаем одно дело» [1]. Сегодня, когда информационная революция порождает новые продукты быстрее, чем в обществе успевает возникнуть осознанная потребность в них, залогом успеха в конкурентной борьбе становится не следование спросу, а его формирование. Это означает, что *мобилизация творческого потенциала работников компании* оказывается основным средством, обеспечивающим ее выживание и развитие. Малейшая остановка на пути изыскания новых технологических и организационных решений чревата отставанием от конкурентов и неизбежным крахом компании [8].

В ситуации, когда положение на рынке лучше всего характеризуется словами «изменчивость в условиях острой конкуренции», главными словами по отношению к людям становятся: «вовлеченность», «соучастие», «предан-

ность». Добиться этого можно только путем задействования мотивации [1: 3, с. 15-18, 9]. Мотивация прежде всего, означает определенную форму соучастия каждого в прибылях организации. Но одних материальных мотивов не достаточно. Кроме них существуют не менее сильные мотиваторы, к важнейшим из которых можно отнести *доверие*. Соучастие в прибылях и доверие естественно дополняют друг друга. Само же доверие проявляется, прежде всего, в глубоком делегировании полномочий и наделении ответственностью.

При этом обучение всех сотрудников становится обязательным элементом деятельности организации. Оно обеспечивает на деле реализацию принципа непрерывного совершенствования. Такое обучение предполагает систематическое использование принципа трех китов: теории, отраслевого опыта и внутреннего опыта, накапливаемого в процессе производства и постоянно осмысливаемого в целях дальнейшего совершенствования.

Таким образом, стратегия развития высокотехнологичной компании связана с сочетанием технологического лидерства и сбалансированного функционирования компании во внешней и внутренней среде на основе приоритета социальных целей и выстраивания отношений доверия.

Список источников

1. *Адлер Ю. П., Аронов И. З., Шпер В. Л.* Что век грядущий нам готовит?: [Элетронный ресурс]. URL: http://www.gumer.info.

2. *Адлер Ю. П., Борисов С. Я., Шпер В. Л.* Качество. Новая культура для новой Европы [По материалам 38-го ежегодного Конгресса Европейской организации по качеству] // Стандарты и Качество. 1994. №10. с. 20-28.

3. *Джазиновски Дж., Хэмфин Р.* Как преуспеть в Америке. М.: Капитал, 1996.

4. *Иноземцев В.* Трансформация производственных отношений. [Электронный ресурс]. URL: http://bookap.info/okolopsy/inozemcev

5. Проблемы эффективности в XXI веке. Экономика США / [Отв.ред. В. И. Марценкевич]; Ин-т мировой экономики и междунар. отношений РАН. М.: Наука, 2006.

6. *Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б.* Современный экономический словарь : 5-е изд., перераб. и доп. М.: Инфра-М, 2007. 495 с.

7. *Шендалев А. Н.* Формирование системы стратегического управления развитием промышленных предприятий : дис. … канд. экон. наук. М.:РГБ, 2004. 147 с.

8. *Maslow A*. Motivation and personality : 2-nd ed. N.Y.: Harper&Row, 1970. 369 p.

9. The fifth Discipline Fieldbook. Strategies and Tools for Building a Learning Organization / Senge P. Kleiner A., Roberts Ch., Ross R., Smith B. New York : Doubleday Publ., 1994. 593 p.

УДК 658.14

ключевые слова: высокотехнологичная компания, стратегия управления, гуманизация, доверие