

– сотрудничество с союзниками в рамках Евразийского экономического союза, имеющие ресурсы для эффективного производства, с расширением которого можно добиться успеха в развитии сельского хозяйства и создания продовольственной безопасности;

– гарантированность государством безопасности вкладов в сельское хозяйство;

– заинтересованность фермеров оставаться и работать в селе, с учетом обеспеченности социальной и производственной инфраструктурой.

Стремление к политике импортозамещения с применением перечисленных инструментов помогут мобилизовать внутренние ресурсы страны, перенять практический зарубежный опыт, обеспечить население страны продуктами питания и сохранить продовольственную безопасность в России.

Литература:

1. Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]: [официальный сайт]. – Импорт продовольственных товаров – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/finans/dinrent.htm

2. Воротников И.К., Суханова И.С. Совершенствование механизмов импортозамещения аграрной продукции: учеб. пособие [Текст]: / И.К. Воротников, И.С. Суханова - М.: Экономика, управление, 2015. - 217 с.

3. Тимашкова Т.Е. Продовольственное импортозамещение в РФ: реалии и перспективы развития сельского хозяйства: учеб. пособие [Текст]: / Т.Е. Тимашкова - М.: Фундаментальные исследования, 2015. - 628 с.

4. Покровская С.Ф. Развитие научных исследований в области сельского хозяйства в Европейском Союзе: текст лекций [Текст]: / С.Ф. Покровская - М.: Экономика сельского хозяйства, 2015. - 306 с.

ФАКТОРЫ АДАПТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

*М.С. Старикова
г. Белгород, Россия*

Уточнение, учет и использование факторов роста адаптивности является одним из элементов превентивного механизма адаптивного управления, который обретает большую значимость в условиях непредсказуемости изменений, высокой скорости трансформации самих изменений. Большинство исследований, как за рубежом, так и в отечественной науке сосредоточено на поиске способов регулирования деятельности организации при воздействии на нее проявлений турбулентности внешней среды. Поскольку изменения в деловом окружении разноплановы, то исследователи трактуют направленность и процессы реакции на них многообразно. Отсюда возникает необходимость систематизации приводимых в различных источниках факторов адаптивности.

В первых исследованиях адаптивности ученых интересовали новые свойства организационных структур. Т. Бернс и Дж. Сталкер предположили, что органическая организационная структура в большей степени позволяет компании адаптироваться к постоянным переменам, а механистичная структура помогает сфокусироваться на процессах, что оптимизирует деятельность на разных стадиях жизненного цикла предприятий [5]. Позже Р. Майлс, К. Сноу, А. Мейер, Х. Коулман изучали альтернативные механизмы осуществления продуктивно-рыночных стратегий, одновременно утверждая, что организационная адаптация – это проблема, которая может получить лишь фрагментарное рассмотрение в науке по причине трудности исследования [8].

С нашей точки зрения, организационное построение бизнеса определяет наличие адаптивных способностей или отсутствие таковых. Так Д. Миллер и С. Дреж в 1987-88 гг. обосновали, что гибкая структура организации характеризуется менее формальным контролем, большей интеграцией и децентрализацией [9]. Иными словами, происходит осознание роли виртуальной интеграции, которая способствует повышению гибкости предприятия (рис. 1).

Действительно, адаптивная модель бизнеса обуславливает появление новых конкурентных преимуществ. То есть повышение адаптивности предприятия способствует росту его конкурентоспособности.

Адаптивность лишь один из ресурсов конкурентоспособности, который не всегда используется для формирования прочной позиции на рынке. В силу невысокой требовательности потребителей российские предприятия считают более значимыми для повышения конкурентоспособности мощный финансовый и производственный потенциал.

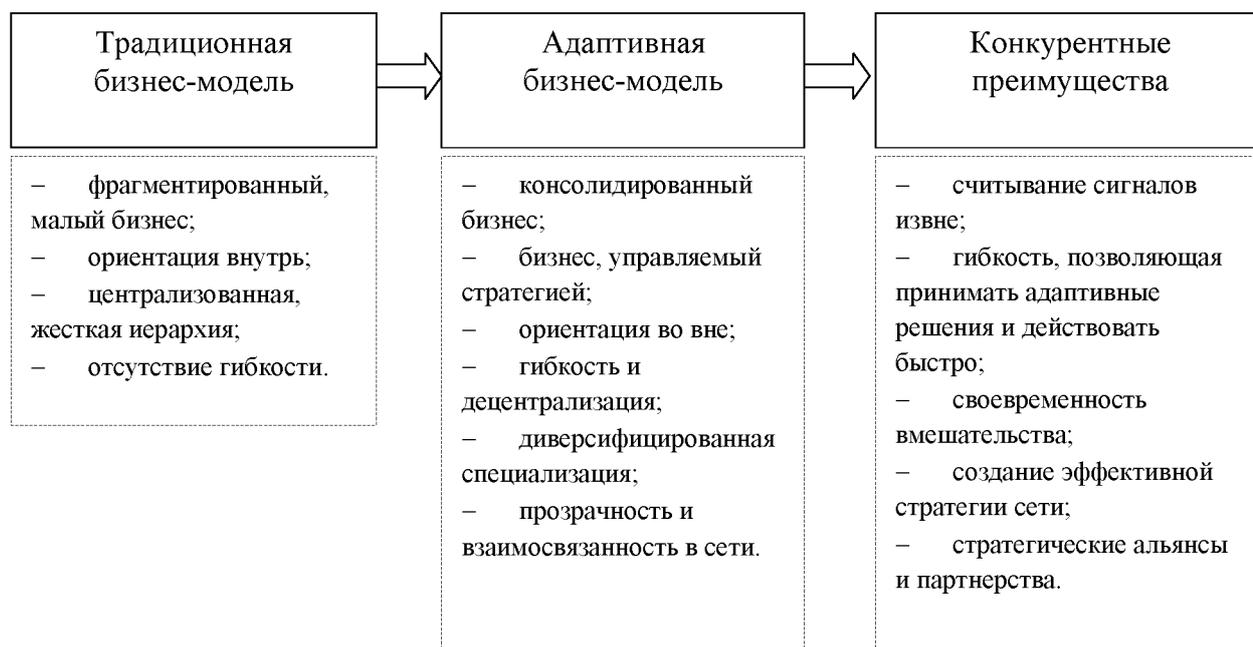


Рис. 1. Переход от традиционной к адаптивной бизнес-модели

Некоторые авторы проводят связь между адаптивностью компании и пропагандируемыми ею ценностями. Согласно их логике, предприятие, разделяющее общечеловеческие, интернациональные ценности, более вероятно адаптируется к изменяющимся условиям, чем то, которое имеет индивидуальную, специфическую корпоративную культуру. Идеи основанной на корпоративных ценностях эмоциональной вовлеченности в деятельность организации развиваются у Р. Робертсона и В. Срибара [11], которые указывают на важность адаптации ума, имея в виду создание в коллективе атмосферы, способствующей обмену идеями и опытом. На значимость пассионарного (от англ. *passion* – страсть) потенциала для развития экономических возможностей компании указывают также С.В. Куприянов и К.С. Борзенкова [3]. Представляется, однако, что адаптивность определяется более системными и комплексными явлениями, чем ценности, и, в частности, стратегией. Можно привести в подтверждение данного тезиса мнение А. Гирнеаты, у которой адаптивность – это способность фирмы сформировать и выполнить эффективную стратегию [6]. Она же отмечает, что скорость реакции предприятия на внешние трансформации определяется человеческим фактором: уровнем командной работы, отношениями между руководителями и подчиненными, лабильностью. Согласимся с тем, что в ситуациях, когда предприятие должно быстро реагировать на возникающие во внешней среде изменения именно элементы организационной культуры

(особенно в отсутствии поддержки от других факторов адаптивности) играют ведущую роль в стабилизации деятельности предприятия. Умение работников становиться командой и воспроизводить синергетические эффекты коллективной работы определяется корпоративными ценностями и философией. Вместе с тем, считаем, что элементы организационной культуры относятся больше к факторам реактивной адаптивности. Тогда как выработанная корпоративная стратегия несет в себе проактивный «заряд», поскольку задает векторы рыночного поведения (наступательное или оборонительное), отношение к риску хозяйствования в конкурирующей среде (диверсификация или концентрация), ориентиры конкурентного взаимодействия (сосуществование или борьба). В данном случае факторы адаптивности вырабатываются в результате транслируемых изнутри во внешнюю среду изменений.

Развитие адаптивности связано и с предвидением трансформаций в окружении компании и упреждающим на них реагированием. В связи с этим быстрота реагирования у ряда исследователей подразумевает, во-первых, скорость реакции на меняющиеся потребности клиентов, во-вторых, способность людей в организации принимать новые условия, экспериментировать, обучаться, в-третьих, возможность приведения организационной структуры компании в соответствие с вызовами внешней среды. Рост скорости реакции на меняющиеся потребности рынка связан, с одной стороны, с развитием маркетинговой компоненты управления, позволяющей эффективно реализовывать задачи исследования рыночной среды и своевременного выявления модифицирующихся предпочтений покупателей. Как подчеркивает Л.В. Верменникова, вовлечение клиентов в процесс обеспечения конкурентоспособности – значимый фактор роста адаптивности [2], поскольку в данном случае растет информационная обеспеченность принимаемых менеджерами решений.

С другой стороны, значим фактор развития инновационной деятельности, позволяющий формировать потребности рынка, вынуждая конкурентов проявлять адаптивные способности. Поддерживают необходимость инноваций как движущей силы преобразований в рамках промышленного предприятия и другие авторы [1, 4]. Иными словами, уровень развития маркетинговой и инновационной деятельности предприятия влияет не только на его способности быстро реагировать на внешние трансформации, но и формирует необходимые компетенции для реализации концепции адаптивного управления.

Что касается способности работников экспериментировать и обучаться, то очевидно, что интеллектуальная лабильность повышает эффективность выполнения задач и позволяет сохранять эмоциональную устойчивость в кризисных ситуациях. Поэтому рост адаптивности компании тесно связан с формированием кадрового потенциала, со специализированным профессиональным обучением, направленным на формирование и закрепление способности к переключению внимания, умению быстро переходить с безошибочного решения одних задач на выполнение других.

Приспособление предприятия к изменениям необходимо как при позитивном, так и негативном развитии ситуации во внешней среде, что подчеркивают Х. Максимилян, М. Тампо [7], отмечая, что адаптивность – это способность предприятия быстро реагировать и на возможности, и на риски, конвертируя их в бизнес-преимущества. Следовательно, необходимо развивать систему мониторинга внешнего окружения для обнаружения ранних сигналов реагирования. Наличие данной системы обеспечивает возможность формирования на практике базы данных об эластичности реакции компании на изменения внешней среды.

Кроме этого, некоторые исследователи полагают, что ключевым условием адаптивности предприятия становится учет стадии его развития, накопленного потенциала и положения на рынке.

Заканчивая обзор отражаемых в литературе факторов повышения адаптивности, нельзя не коснуться того вклада в развитие адаптивного менеджмента, который, на наш

взгляд, внесли М. Ривз и М. Деймлер. Они отмечают, что управленческими навыками, ведущими к адаптивности и к адаптивным конкурентным преимуществам, являются умение распознавать сигналы внешней среды, талант экспериментировать с продуктами, бизнес-моделями, процессами и стратегией, возможность управлять сложными мультифирменными системами, способность к мобилизации и мотивации сотрудников и партнеров [10].

Адаптивность в их представлении есть восприимчивость компании к быстрому обучению тому, как создавать новые вещи. Действительно, поскольку мир становится все менее предсказуемым, прогнозирование должно сопровождаться, а иногда и заменяться экспериментированием.

В связи с этим, как нам представляется, адаптивные компании должны быть толерантны к провалам. Тем более что современные информационные и коммуникационные технологии, перманентно развивающаяся институциональная среда, технические возможности позволяют быстро выстроить новые бизнес-системы.

Литература:

1. Верменникова, Л.В. Сущность и основные элементы системы адаптивного управления предприятием сферы услуг / Л.В. Верменникова // Terra Economicus. – 2010. – № 3-3. – Т. 8. – С. 130-137.
2. Куприянов, С.В. Потенциал промышленного предприятия малого бизнеса: оценка и повышение эффективности использования / С.В. Куприянов, К.С. Борзенкова. – Белгород: БГТУ, 2011. – 135 с.
3. Старикова, М.С. Условия инновационного развития корпораций в Белгородской области / М.С. Старикова, А.А. Резниченко // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. – 2011. - № 1. – С. 137-141.
4. Бухонова С.М. Обеспечение реализации стратегий инновационного развития / С.М. Бухонова, Ю.А. Дорошенко, Э.И. Томилина, А.П. Табурчак // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. – 2007. – № 1. – С. 130-133.
5. Burns, T., and G. Stalker 1961. The management of innovation. London: Tavistock, pp: 312.
6. Girneata, A. 2014. Adaptability – A Strategic Capability During Crisis. Economics Questions, Issues and Problems, January: 243-249.
7. Macmillan, H., and M. Tampoe. 2000. Strategic Management. Oxford: Oxford University Press, pp: 312.
8. Miles, R. E., C.C. Snow, A.D. Meyer and H.J. Coleman. 1978. Organizational strategy, structure, and process. Academy of Management Review, 3(3), 546-562.
9. Miller, D. 1987. The structural and environmental correlates of business strategy. Strategic Management Journal, 8(1): 55-76.
10. Reeves, M. and M. Deimler. 2011. Adaptability: The new Competitive Advantage. Harvard business review, July-August issue: <https://hbr.org/2011/07/adaptability-the-new-competitive-advantage>. Дата обращ. 08.08.2014.
11. Robertson, B. and V. Sribar. 2004. The Adaptive Enterprise IT Infrastructure Strategies to Manage Change and Enable Growth. IT Best Practices series. Intel Press, pp: 246.