

проводились рядом технических проблем. Однако главная проблема проведенных IPO на белорусском рынке — это отсутствие должного спроса на акции размещаемых предприятий, что может быть обусловлено как невысокой инвестиционной привлекательностью ценных бумаг, так и некачественно проведенными PR-акциями и road-show данных IPO среди отечественных и зарубежных инвесторов. В то же время необходимо отметить, что была осуществлена большая работа в части популяризации данных пилотных публичных размещений среди физических лиц. Следовательно, первые два белорусские IPO можно озаглавить как новый феномен на рынке ценных бумаг Республики Беларусь — так называемые «народные» размещения.

Систематизировав белорусский опыт публичных размещений акций, можно выделить следующие основные проблемы на пути к дальнейшему развитию рынка IPO в Республике Беларусь:

- недостаточная информационная и маркетинговая работа в части продвижения публичных размещений среди инвесторов — юридических лиц, не относящихся к группе институциональных инвесторов;
- недостаточный опыт андеррайтеров в размещении акций;
- весьма затратная инфраструктура фондового рынка относительно масштабов белорусского бизнеса;
- попытки мажоритарных акционеров под предлогом организации IPO продать собственный пакет, чтобы быстро перевести акции в наличность или выйти из неперспективного (по их мнению) бизнеса компании;
- слабое развитие белорусских институциональных инвесторов (пенсионных, страховых, инвестиционных фондов и др.);
- неразвитость корпоративного права и законодательства о рынке ценных бумаг.

Таким образом, при решении указанных проблем, на наш взгляд, значительно вырастет перспективность публичных размещений долевых ценных бумаг и существенно увеличится доля IPO в структуре привлечения инвестиций белорусскими предприятиями за счет снижения доли кредитов и облигационных займов.

*Т.В. Касаева, канд. техн. наук, доцент
ВГТУ (Витебск)*

ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Исследование комплекса проблем, связанных с оценкой реализации стратегии развития организации в целом и ее инновационной составляющей, позволило сделать следующие выводы:

- сложившиеся в отечественной практике традиционные концепции оценки ориентированы на финансовую составляющую и не всегда адаптированы к целям стратегического развития;

- в каждой из классических «базовых» стратегий в большей или меньшей степени присутствует инновационная составляющая, место и роль которой определены в результате проведенных исследований;

- современное состояние национальной экономики характеризуется осознанием многими коммерческими организациями значения инновационной составляющей развития в повышении конкурентоспособности бизнеса, что привело к формированию понятия инновационной стратегии организации;

- наиболее эффективным инструментом оценки реализации стратегии является сбалансированная система показателей (далее — ССП), так как она позволяет перевести миссию и общую стратегию развития организации в систему показателей, определяющих степень достижения целей и задач в рамках основных стратегических направлений;

- усиление роли инноваций и признание их ключевым фактором успеха в конкурентной борьбе приводит к необходимости внедрения инновационного аспекта как самостоятельной составляющей ССП.

Внедрение инновационного аспекта в ССП предполагает ее дополнение показателями, характеризующими инновационную деятельность и инновационные процессы, происходящие в организации. Набор этих показателей, как установлено в ходе проведенных исследований в организациях Витебска, зависит от типа реализуемой стратегии.

Так, если УП «Полимерконструкция» реализует инновационную стратегию («Мы не продаем оборудование, мы реализуем технологии»), инновационная составляющая становится главенствующей во всех аспектах ССП:

- *финансы* — получение дополнительного дохода за счет инноваций (в том числе за счет льгот по налогу на прибыль);

- *внутренние бизнес-процессы* — новые виды продукции;

- *обучение и рост* — обучение использованию новых технологий;

- *маркетинг* — рост потребителей за счет инноваций.

Например, для оценки аспекта «внутренние бизнес-процессы» менеджеры организации выбирают такие показатели, как доля инновационной продукции в ее общем объеме; доля выручки, направленная на финансирование технологических инноваций; доля технологически новых основных средств в общей стоимости их приобретения.

Менеджеры КУП «ВКК «Витьба», реализующего стратегию устойчивого развития («Лидерство и доверие через качество»), при формировании ССП основной акцент делают на традиционные показатели финансовой и производственной эффективности, хотя и инновационная состав-

ляющая не остается без внимания. Так, для оценки аспекта «внутренние бизнес-процессы» выбираются показатели: материалоемкость; затраты на рубль реализованной продукции; коэффициент опережения темпов роста производительности труда над темпами роста заработной платы; доля инновационной продукции в объеме реализации; затраты на разработку новых продуктов. Вместе с тем в аспекте «финансы» в данном случае не было выделено ни одного показателя, характеризующего инновационную деятельность.

Следовательно, присутствие инновационной составляющей в стратегии развития современной организации вызывает необходимость в ее выделении в качестве обособленного аспекта ССП.

*А.А. Кахро, канд. экон. наук, доцент
ВГТУ (Витебск)*

АЛГОРИТМ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Исследование различных методик оценки инновационного потенциала организации обосновали необходимость разработки новой методики. Применительно к предмету данного исследования мы предлагаем алгоритм методики оценки инновационного потенциала (далее — ИП), который включает в себя следующие этапы: 1) принятие решения о начале оценки ИП организации; 2) выбор цели оценки; 3) обоснованное определение количественных и качественных показателей для оценки уровня ИП организации; 4) сбор данных по выбранным показателям; 5) обработка данных и расчет уровня ИП организации; 6) составление профиля релевантности; 7) вычисление комплексного показателя релевантности; 8) анализ полученных результатов; 9) принятие управленческого решения по реализации и развитию имеющегося ИП организации.

Данный алгоритм представляет собой совокупность последовательных этапов, непосредственно подчиненных основным целям оценки ИП организации: определению уровня имеющегося ИП и релевантности будущим направлениям развития организации. Оценка уровня ИП организации производится при помощи количественных стоимостных показателей. Для обоснованного выбора показателей необходимо использовать разработанную нами модель, которая базируется на этапности инновационной деятельности. Соответствующая данному подходу экономико-математическая модель оценки уровня ИП организации представлена следующей формулой: