

ОПУБЛИКОВАТЬ СТАТЬЮ

в изданиях НИЦ "Социосфера"



[ПОДРОБНЕЕ](#)

СОЦИОСФЕРА

- *Российский научный журнал*
- *ISSN 2078-7081*
- *РИНЦ*
- *Публикуются статьи по социально-гуманитарным наукам*

PARADIGMATA POZNÁNÍ

- *Чешский научный журнал*
- *ISSN 2336-2642*
- *Публикуются статьи по социально-гуманитарным, техническим и естественно-научным дисциплинам*

[ПОДРОБНЕЕ](#)



СБОРНИКИ КОНФЕРЕНЦИЙ

- *Широкий спектр тем международных конференций*
- *Издание сборника в Праге*
- *Публикуются материалы по информатике, истории, культурологии, медицине, педагогике, политологии, праву, психологии, религиоведению, социологии, технике, филологии, философии, экологии, экономике*



[ПОДРОБНЕЕ](#)

8. Махошвили Ю.А. Инфраструктурные проекты в рамках развития МТК «Север – Юг» // VI Международный транспортный форум «ЮгТранс-2010» (Новороссийск, 18 – 19 марта 2010 г.): материалы докл. URL: <https://old.konfer.ru/events/1938/> (дата обращения: 21.12.2018г.).
9. Петровский В.Е. Участие в работе институтов глобального управления и их реформировании: сравнительный анализ опыта России и Китая // Китай в мировой и региональной политике: История и современность. Ин-т Дальнего Востока РАН. 2014. №19. С. 104–120.
10. Подберезкина О.А. Транспортные коридоры в российских интеграционных проектах (на примере ЕАЭС) // Вестник МГИМО Университета, 2015. №1 (40). С. 57-65.
11. Россия, Иран и Индия намерены создать альтернативу Суэцкому каналу URL: <https://tass.ru/ekonomika/5744968> (дата обращения: 12.01.2019г.).
12. <https://portnews.ru/magazine/>
13. <https://neg.by/novosti/otkrytj/transportnyy-biznes-v-period-nestabilnosti-riski-i-novye-vozmozhnosti/>
14. https://a24-press.turbopages.org/a24.press/s/news/politic/2022-03-25/astrahanskaya-oblast-i-respublika-belarus-naraschivayut-sotrudnichestvo-v-samyh-aktualnyh-sferah-89119?utm_source=share_link_button
15. <https://journal.tinkoff.ru/no-container-carriers>
16. https://ast-news.ru/node/prezident-rossii-vladimir-putin-podderzhal-predlozhenie-astrahanskoy-oblasti/?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop
17. https://www.economy.gov.ru/material/news/pravitelstvo_rossii_utverdilo_sozdanie_porto_voy_osoboy_ekonomicheskoy_zony_v_astrahanskoy_oblasti.html
18. <https://portnews.ru/news/309122/>

ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

К. И. Сергеева
А. С. Костина
С. Д. Плотицын

*Старший преподаватель,
студенты,
Северный (Арктический) федеральный
университет имени М. В. Ломоносова,
г. Северодвинск, Архангельская область,
Россия*

Summary. This article is devoted to the study of innovative strategies of industrial enterprises. They will allow the company to choose those business areas that will be relevant and in demand in the near future. And also, they will help to achieve the global goals of the enterprise by changing the organizational structure and introducing modern management technologies.

Keywords: innovative strategy; strategy; company.

Различные определения стратегии широко используются в современной отечественной и зарубежной литературе. Каждый автор по-своему определяет необходимость разработки стратегии. На наш взгляд, наиболее полной является трактовка стратегии как упорядоченной во времени системы приоритетных направлений, форм, методов, средств, правил, прие-

мов упорядоченного использования ресурсного, научно-технического и производственно-сбытового потенциала предприятия, решить поставленные задачи недорого и получить конкурентное преимущество [2].

Инновационная стратегия – является основной функциональной стратегией высокотехнологичного промышленного предприятия. Она предполагает формирование целого комплекса мероприятий по технологическому совершенствованию производства, изменение организационной структуры предприятия, внедрение современных технологий управления. Другими словами, стратегия представляет собой подробный многосторонний план глобального достижения целей компании.

В зависимости от особенностей внешней и внутренней среды предприятия инновационные стратегии могут быть рассмотрены по следующим направлениям, которые указаны в таблице 1.

Понимая под инновационной стратегией особую модель поведения компании в новых рыночных условиях, можно выделить две группы стратегий: активные и пассивные.

Первый тип стратегии также называют технологической, представляющей собой реакцию на изменения во внешней среде посредством непрерывного внедрения технологических новшеств. Благодаря стратегии имитации компания одной из первых использует уже известные на рынке технологические идеи.

Таблица 1

Классификация инновационных стратегий

Признак классификации	Виды	Сущность
1. По реакции на внешнюю и внутреннюю среду предприятия (Менеджмент организации. Учебное пособие. Под ред. Румянцевой З.П., Саломатина Н.А.)	Стратегия технологического лидера (наступательная, пионерная)	Характеризуется постоянной разработкой технологических (продукт-и процесс-) инноваций.
	Стратегия следования за лидером (оборонительная)	Включает инновационное развитие реакционного характера – реакция на изменения во внешней среде, в частности на инновации конкурентов
2. В зависимости от модели поведения компании в новых рыночных условиях (Гельман Л. М., Левин М. И. Модели инновационных процессов (обзор	Активные (технологические): лидерства; имитации.	Представляют собой реагирование на происходящие и возможные изменения во внешней среде путем проведения постоянных технологических инноваций
	Пассивные (маркетинговые)	Связаны с фокусированием внимания фирмы на постоян-

зарубежной литературы)		ных маркетинговых инновациях
3. В зависимости от стадии применения стратегии (Аньшин В. М., Колоколов В.А., Дагаев А. А., Кудинов Л. Г. Инновационный менеджмент. Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития.)	Стратегии НИОКР	Связана с проведением предприятием исследований и разработок
	Стратегии внедрения и адаптации нововведений	Относится к системе обновления производства, вывода продуктов на рынки, использования технологических преимуществ
4. В зависимости от освоения выпуска новых изделий (диверсификации) (Кульбаков А.В. Организационная подготовка производства и освоение новых видов продукции.)	Горизонтальная (или родовая)	Фирма расширяет масштабы своей деятельности за счет выпуска новых товаров или услуг в рамках одной отрасли;
	Вертикальная	Компания охватывает различные этапы производственного цикла;
	Интеграционная	Фирменная номенклатура расширяется за счет товаров различных отраслей.
5. В зависимости от конкурентной позиции на рынке (Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика)	Виолентная	Основывается на снижении издержек производства, которое достигается за счет организации массового выпуска сравнительно недорогих, но вполне доброкачественных товаров.
	Пациентная	Заключается в выпуске ограниченного количества узкоспециализированной продукции самого высокого качества, реализуемой по очень высокой цене.
	Коммутантная	Предполагает максимально гибкое удовлетворение небольших по объему (локальных) потребностей рынка
	Эксплерентная	Ориентирована на радикальные нововведения

6. Классификация в зависимости от маркетинговой стратегии (Б. Твисс, Управление нововведениями)	Наступательная	Ее избирают только мелкие предприятия, концентрирующие усилия на одном или нескольких инновационных проектах
	Защитная	Используется при наличии значительной доли рынка, не занятой конкурентами, возможностью получения прибыли, в том числе за счет относительно низкого уровня издержек
	Лицензионная	Характеризуется необходимостью проведения собственных НИОКР для последующего более точного выбора лицензий для покупки
	Промежуточная	Основывается на маркетинговых исследованиях, требует высокой творческой активности персонала маркетинговых служб
	Разбойничья	Предполагает резкое вторжение производителя на рынок, способное привести к его сокращению
	Стратегию создания нового рынка	Предполагает, что в данный период организация является единственным производителем нового продукта
7. По характеру реализации инновационной стратегии (авторская классификация)	Агрессивно-нападательная	Характерна для промышленных предприятий, стремящихся к лидерству при внедрении инноваций в определенном рыночном сегменте, обязательным условием в данной ситуации является наличие необходимых ресурсов
	Боевая	Характеризуется большим количеством инновационных продуктов, предлагаемых к внедрению. Характерна для производителя, ориентирую-

		щегося на широкий круг потребителей и достаточно уверенного в высоком уровне конкурентоспособности изделий в будущем.
	Оборонительная	Направлена на сохранение позиций на рынке. Характеризуется необходимостью в разработке системы мероприятий для долгосрочного и краткосрочного ведения конкурентной борьбы. Характерна для предприятия более сильного в маркетинге, чем в НИОКР.
	Стратегия заимствования	Стратегия, при которой новая технология или продукт приобретаются у других предприятий, например, путем закупки лицензии

Пассивные или маркетинговые инновационные стратегии – это непрерывные инновации в маркетинге. В этом случае предприятие часто выбирает инновационную стратегию дифференциации продукта, подчеркивая при этом свои совершенно новые конкурентные преимущества.

Предприятия, выбравшие стратегию «лидерства» основную часть инвестиций направляют на R&D (Research&Development – исследования и разработку), причем данные исследования не только прикладного, но и фундаментального характера. Следствием этого является необходимость в создании стратегических союзов в области НИОКР с другими научно-техническими организациями, создание венчурных фондов и подразделений внутри компании [1]. Действия предприятия при выборе стратегии «технологического лидерства» приведены на рисунке 1.

Выбрав стратегию «следования за лидером», предприятие находится в ожидании, когда конкурентное предприятие выпустит новую продукцию на рынок, а после этого начинает производить и реализовывать аналогичную продукцию. Одной из основных причин успешности стратегии «следования за лидером» является узнаваемость и репутация предприятия как бренда, поскольку это позволяет в короткие сроки стать новинке коммерчески успешной.



Рис. 1. Действия предприятия при выборе стратегии «технологического лидерства»

Иновационные стратегии могут быть направлены на:

- получение новых продуктов, технологий и услуг;
- использование новых методов в НИОКР, производстве, маркетинге и управлении;
- переход к новым организационным структурам;
- использование новых видов ресурсов и новых подходов к применению традиционных ресурсов.

Иновационные стратегии промышленных предприятий существенно усложняют условия для управления предприятием и проектами. К таким условиям можно отнести:

- повышение уровня неопределенности результатов – проявляется в добавлении сложностей, которые могут быть связаны с резким увеличением уровня неопределенности результатов по срокам, затратам, качеству и эффективности, что ведет к развитию управления инновационными рисками;
- повышение инвестиционных рисков проектов происходит за счет новизны решаемых задач, а именно при добавлении инновационной составляющей.

В решении поставленных задач значительную роль призваны сыграть теоретические разработки экономистов, закладывающие научно-методологические основы проектирования конкурентоспособных промышленных структур. По этому подходу стратегическое поведение возможно подразделить на 4 вида:

- Виолентное в основном характерно для крупных предприятий, которые осуществляют массовое производство, и выходят на массовый рынок при наличии собственной или приобретенной новой продукции.

- Пациентное основано на приспособлении предприятия к узким сегментам рынков посредством специализированного выпуска улучшенной или абсолютно новой продукции, имеющей уникальные характеристики.
- Эксплерентное подразумевает выход предприятия на рынок с абсолютно новым инновационным продуктом, захват части рынка.
- Коммутантное основано на приспособлении к уровню спроса данного рынка, заполнении ниш, которые не заняты «виолентами» и «пациентами».

Известный экономист Б. Твисс рассматривает в качестве основных следующие разновидности инновационной стратегии: наступательную, защитную, лицензионную, промежуточную, разбойничью, стратегию создания нового рынка [3].

На основе уже существующих классификаций были разработаны авторские виды инновационных стратегий, в составе которой были выделены четыре типа инновационной стратегии: агрессивно–нападательная, боевая, оборонительная и лицензионная.

Стоит заметить, что достаточно часто в разных источниках всевозможные виды инновационных стратегий могут иметь одинаковые названия, или похожие виды инновационных стратегий различаются лишь названиями, это затрудняет их классифицирование. Упомянутые обстоятельства говорят о необходимости системной проработки существующих подходов и создания цельного комплексного классификатора инновационных стратегий промышленных предприятий.

Библиографический список

1. Анискин Ю. А. Инновационное развитие на основе организационного потенциала компании // Проблемы теории и практики управления. – 2016. – № 7. – С. 73-83.
2. Мухамедьяров А. М. Инновационный менеджмент. – М.: Инфра-М, 2008. – 176 с.
3. Твисс Б. Управление нововведениями / Б. Твисс. – М.: Экономика, 2009. – 272 с.

ПЕРСПЕКТИВЫ МИРОВОГО РЫНКА СУДОСТРОЕНИЯ

К. И. Сергеева
А. С. Костина
С. Д. Плотницын

*Старший преподаватель,
 студенты,
 Северный (Арктический) федеральный
 университет имени М. В. Ломоносова,
 г. Архангельск, Россия*

Summary. The shipbuilding industry of the Russian Federation is the world's largest machine-building industry with high scientific and technical potential. Quite a significant part of the state's exports are serviced by sea and river transport. The domestic shipbuilding industry is competitive on the world market, and ensures the national security of the Russian Fed-

СРОЧНОЕ ИЗДАНИЕ МОНОГРАФИЙ И ДРУГИХ КНИГ



*Два места издания Чехия или Россия.
В выходных данных издания
будет значиться*

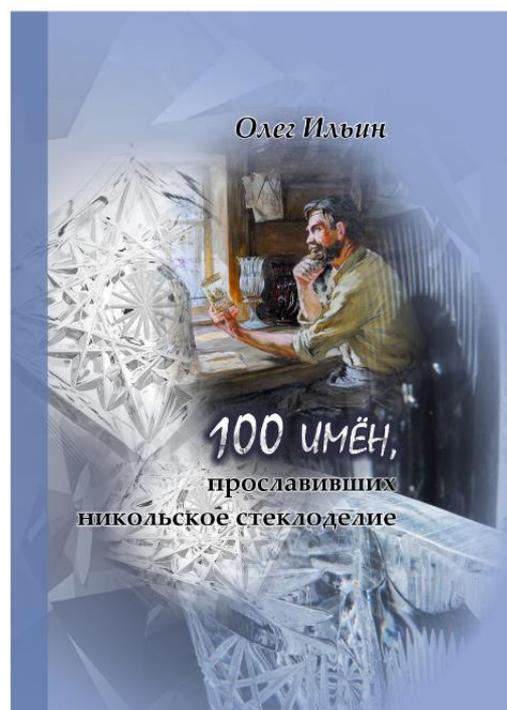
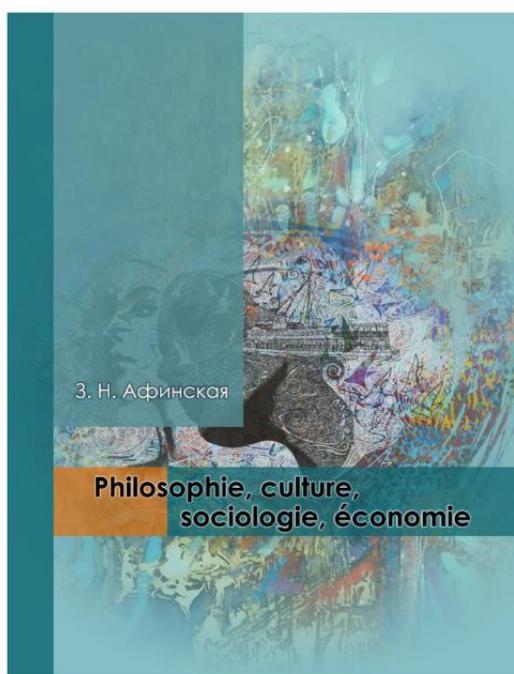
**Прага: Vědecko vydavatelské
centrum "Sociosféra-CZ"**

или

**Пенза: Научно-издательский
центр "Социосфера"**

РАССЧИТАТЬ СТОИМОСТЬ

- Корректурa текста
- Изготовление оригинал-макета
- Дизайн обложки
- Присвоение ISBN



У НАС ДЕШЕВЛЕ

- Печать тиража в типографии
- Обязательная рассылка
- Отсудка тиража автору