

X Международная Кондратьевская конференция «Научное наследие Н.Д. Кондратьева  
и современность»

## **ИННОВАЦИОННО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОМПАНИЙ (ОСУ&Р) В ИНТЕРЕСАХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВОЗРОЖДЕНИЯ РОССИИ**

*Лаптев Александр Александрович*

*E-mail: alekslaptev@mail.ru*

Лаптев Александр Александрович Независимый эксперт, со-учредитель АНО «МИГ «Истоки Цивилизации»» ИННОВАЦИОННО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОМПАНИЙ (ОСУ&Р) В ИНТЕРЕСАХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВОЗРОЖДЕНИЯ РОССИИ В условиях стремительно меняющейся глобальной экономики XXI века постоянного совершенства требует не только рыночный конгломерат из технологий, производственных сил и экономических отношений, но, так же, и сам Стратегический менеджмент, как наиболее динамично развивающееся направление современной управленческой науки. И в первую очередь это касается вопросов актуальности и применимости разрабатываемых с его помощью эталонных стратегий для высокотехнологичных компаний. Т.е. предприятий, которые, ввиду уникальности создаваемых ими товаров и услуг, вынуждены решать не столько задачу интеграции в уже существующие структуры мирового рынка, сколько самостоятельно и практически с "0" создавать свои собственные субрынки, апеллируя при этом к "фьючерсным" потребностям будущих покупателей своих товаров и услуг". Один из возможных вариантов такой "высокотехнологичной" стратегии предлагается автором данной работы: 1.Формулировка и описание принципиально новой стратегии: Стратегия "Одновременного (и параллельного) создания уникальной услуги (товара) и формирования под нее не только рынка сбыта, но и пока еще неосмысленных потребностей покупателей" (далее - Стратегия ОСУ&Р). 2.Общее описание Стратегии ОСУ&Р Согласно классической методике по Л.Г. Зайцеву и М.И. Соколовой ([2], стр. 147) рациональная стратегия должна содержать в себе три основных составляющих: 1) основные цели и задачи деятельности; 2) наиболее существенные правила и процедуры, ограничивающие сферу деятельности; 3) последовательность мероприятий, направленных на достижение целей. Рассмотрим эти составляющие применительно к Стратегии ОСУ&Р: 2.1. Основные цели и задачи деятельности высокотехнологичной компании, которые определяются исходя из предлагаемой автором данной работы инновационно-потребительской модели дальнейшего развития экономики в XXI веке и содержания Стратегии ОСУ&Р. Основной целью высокотехнологичной компании в рамках Стратегии ОСУ&Р, с одной стороны, является создание уникального и долгосрочного вида бизнеса (или даже сектора экономики) и извлечение максимально возможных прибылей за счет своего лидирующего (или даже монопольного) положения в нем. С другой, гармонизация коммерческих целей компании, работающей в сфере высоких технологий, со стратегическими интересами государства в области формирования промышленной и торговой политик, ориентированных не только на устойчивое, но еще и прогрессирующее развитие национальной экономики и ее достойное позиционирование в уже сложившейся Мировой Системе Разделения Труда. Среди основных задач высокотехнологичного предприятия, (определяются исходя из предлагаемой автором данной работы инновационно-потребительской модели дальнейшего развития экономики в XXI веке.) и на решение которых направлена Стратегия ОСУ&Р, можно выделить следующие: - определение "фьючерсных" потребностей покупателей, которые пусть ими еще до конца и не осознаны (по причине сомнений в самой возможности их реализации), но все же существуют и в принципе могут быть удовлетворены с помощью коммерциализации последних (революционных) достижений научно-технического

прогресса, а затем - создание на этом базисе и самого уникального рынка сбыта; - создание уникального товара (услуги) и разработка технологии ("ноу-хау") его серийного производства на базе внедрения результатов собственных НИОКР или последних достижений прикладных и академических научных исследований.

2.2. Наиболее существенные правила и процедуры, которые ограничивают выбор фирмой сферы деятельности, так как напрямую апеллируют, с одной стороны, к отличительным особенностям компаний, работающих в сфере высоких технологий, и их поведению на рынке с учетом нетрадиционного "жизненного" цикла развития продукции и бизнеса. С другой, к выявленным в результате проведенного автором работы SWOT-анализа возможных внешних угроз (Threats) бизнесу высокотехнологичной компании в условиях постиндустриального рынка XXI века. Наиболее существенные правила, ограничивающие сферу деятельности высокотехнологичной компании, придерживающейся Стратегии ОСУ&Р: - к первой категории правил можно отнести государственное регулирование и, в первую очередь, достаточно жесткие антимонопольные законодательства большинства развитых стран. - со второй категорией правил тесно связаны как "гласный", так и не гласный, интерес всякого государства к новым (революционным) технологиям с точки зрения их использования в военных и сугубо государственных целях, что может привести к попытке их полного засекречивания и запрета на "коммерческое использование" (например, в конце 90-х нечто подобное случилось с технологией низкотемпературного термоядерного синтеза); - к третьей категории правил относятся международные и национальные законодательства об авторских правах, лицензиях и патентах, особенно, в свете членства Российской Федерации к Всемирной Торговой Организации (ВТО); - четвертая, и наиболее важная, категория правил напрямую связана с существенно обострившейся в начале XXI века проблемы истощения природных ресурсов. В рамках данных правил разрабатываемые и внедряемые высокотехнологичной компанией уникальные технологии и "ноу-хау" в первую очередь должны отражать рациональное использование природных ресурсов, а создаваемые с их помощью уникальные товары (услуги) строго соответствовать стандартам безопасности и охраны окружающей среды.

2.3. Последовательность мероприятий, направленных на достижение целей высокотехнологичной компании, которые определяются исходя из нетрадиционного ("ступенчатого") жизненного цикла развития их уникальных технологии, продукции (товаров/услуг) и бизнеса. Как уже было отмечено выше нетрадиционный жизненный цикл развития бизнеса высокотехнологичной компании, придерживающейся Стратегии ОСУ&Р, носит "ступенчатый" (из-за наличия последовательно осваиваемых фирмой потребительской "пластов" на сформированном ею же самой уникальном рынке) характер и включает в себя 3-и основных Фазы (этапа): - I ФАЗА. Создание и внедрение принципиально новой услуги - II ФАЗА. Рост (активный сбыт при регулярной модернизации/дополнении) - III ФАЗА. Продажа технологии и/или лицензии на "ноу-хау". В заключении хотелось бы отметить, что Стратегия ОСУ&Р апеллирует к ОДНОВРЕМЕННОМУ (и параллельному) СОЗДАНИЮ УСЛУГИ (ТОВАРА) И ФОРМИРОВАНИЯ под нее РЫНКА СБЫТА, и при этом не затрагивает другие элементы. То есть, Стратегия ОСУ&Р может быть отнесена к группе эталонных стратегий "концентрированного" роста, но при этом, НЕ ЯВЛЯЕТСЯ частным случаем НИ ОДНОЙ ИЗ ЕЕ ИЗВЕСТНЫХ ФОРМ изменения продукта и/или рынка и вполне МОЖЕТ РАССМАТРИВАТЬСЯ как ПРИНЦИПИАЛЬНО НОВАЯ ЭТАЛОННАЯ СТРАТЕГИЯ [4].