

Возникающее при взаимодействии магнитного поля и индуцированного тока – давление деформирует заготовку в сторону матрицы. Разогретые поверхности сдавливаются, и прижимаются к матрице – происходит электрическая контактная сварка и формовка изделия [2].

Литература

1. Справочник по магнитно-импульсной обработке металлов / И. В. Белый, С. М. Фертик, Л. Т. Хищенко. – Харьков: Вища школа, 1977. – 168 с.
2. Каракозов Э.С. Соединение металлов в твердой фазе. – М.: Металлургия, 1976 г. – 264 с.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ И РЕАЛИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ФИРМЫ

М.С. Вартапов, НГГТИ, политехнический ф-т, IV курс

Науч. рук.: И.М. Павленко
к.э.н., доцент

Стратегию можно определить как процесс принятия решений. Стратегия означает взаимосвязанный комплекс действий во имя укрепления жизнеспособности и мощи данного предприятия (фирмы) по отношению к его конкурентам. Это детальный всесторонний комплексный план достижения поставленных целей.

Под инновационной стратегией компании обычно понимают стратегию использования нововведений. Если руководство компании поддерживает попытки реализовать нововведение, вероятность того, что оно будет принято к внедрению в организации, возрастает.

Проектирование инновационных преобразований предусматривает определенную последовательность в выборе и реализации инновационной стратегии: от постановки цели до ее практической реализации [1].

Разработка стратегии начинается с формулировки общей цели организации, которая должна быть понятна любому человеку. Постановка цели играет важную роль в связях фирмы с внешней средой, рынком, потребителем.

Стратегическое инновационное планирование опирается на тщательный анализ внешней и внутренней среды фирмы, в ходе которого: оцениваются изменения, происходящие в планируемом периоде; выявляются факторы, угрожающие позициям фирмы; исследуются факторы, благоприятные для деятельности фирмы; планируются нововведения, которые позволят компании укрепить свои рыночные позиции.

Процессы и изменения во внешней среде оказывают важное воздействие на фирму. Основные факторы, связанные с внешней средой, – это экономика, политика, рынок, технология, конкуренция. Особенно важным фактором является конкуренция. Поэтому необходимо выявить основных конкурентов и выяснить их рыночные позиции (доля рынка, объемы продаж, цели и т.д.).

При выборе инновационной стратегии обычно принимают во внимание рыночную позицию фирмы, проводимую ей научно-техническую политику, а также стадию жизненного цикла, на которой находятся те или иные продукты или услуги, предлагаемые фирмой.

Окончательно принимая ту или иную стратегию в качестве руководства к действию, менеджмент компании должен учитывать четыре фактора:

1. Риск Какой уровень риска фирма считает приемлемым для каждого из принимаемых решений?
2. Знание прошлых стратегий и результатов их применения. Это позволит фирме более успешно разрабатывать новые стратегии;
3. Фактор времени. Нередко хорошие идеи терпели неудачу потому, что были предложены к осуществлению в неподходящий момент;
4. Реакция на владельцев. Стратегический план разрабатывается менеджерами компании, но часто владельцы могут оказывать силовое давление на его изменение. Руководству компании стоит иметь в виду этот фактор [2].

Литература

1. Лоуэлл С. Технологически эффективное предприятие. В сб. «Как добиться успеха». М.: Наука, 2004.
2. Морозов Ю.П. Управление технологическими инновациями в условиях рыночных отношений. Н. Новгород: Изд-во Нижегородского университета, 2002.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ КАК ЧАСТЬ СТРАТЕГИИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Д.Н. Дымов, НГГТИ, политехнический ф-т, IV курс

Науч. рук.: М.В. Ларский,
старший преподаватель

Одним из пунктов планов диверсификации предприятий транспортного обслуживания (ПТО) является решение вопроса: как поступить с основными фондами, оборотными средствами и персоналом тех видов деятельности,