

# **СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА**

**Шестакова Мария Олеговна**

инженер-технолог ООО «Вездеходы «Бурлак», магистрант ФГБОУ ВО «Курганский государственный университет» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (профиль «Управление инновациями и проектами»), г. Курган, Россия

## **Аннотация**

Представлены пути выхода из кризиса инновационного предприятия ООО «Вездеходы «БУРЛАК». Перспективными направлениями стратегии развития бизнеса являются: развитие организационной структуры маркетинга, развитие маркетинга путем расширения рынков сбыта, развитие партнерств в сфере машиностроения, обновление продуктовой линейки.

**Ключевые слова:** Бурлак, стратегия развития, развитие маркетинга, госпрограммы, международный рынок, кооперация, модификация вездехода

В 2025 г. рынок снегоходной техники динамично развивается, сохранив тенденции последних лет, прежде всего, по увеличению предложения — как с точки зрения модельного ряда, так и с позиций появления новых производителей. 2024 г. стал пиковым по объему продаж, после чего рынок стал меняться. Девять месяцев 2025 г. подтверждают: рынок достиг пика. К концу 2024 г. производители сформировали большие товарные запасы, а конечный потребитель начал снижать обороты. Высокая ключевая ставка и трудности с получением кредитов снизили объемы продаж техники в кредит [9].

ООО «Вездеходы «БУРЛАК», расположенное в г. Кургане, производит инновационный продукт — вездеход «Бурлак» (шестиколесных

снегоболотоходов). Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия за 2022-2024 гг. выявил убыточность деятельности, что может привести к банкротству.

Динамика продаж вездеходов «БУРЛАК» в 2024 г. стала снижаться, причем это касается не только ООО «Вездеходы «БУРЛАК», но и всего рынка, включая известные мировые бренды, чьи продажи на некоторых территориях прекратились совсем. На начало 2025 г. в ООО «Вездеходы «БУРЛАК» выявлено затоваривание склада продукцией (инновационной).

Чтобы избежать банкротства руководству предприятия на фоне циклического спада в экономике и перенасыщенности рынка снегоходной техники [10], необходимо срочно скорректировать стратегию развития бизнеса.

Маркетинговый анализ выявил потенциал развития предприятия в связи с реализацией государственных программ по освоению Арктики [2, 3, 4]. Спрос на продукцию предприятия подкрепляется: развитием энергетического сектора и туристической отрасли Арктики; национальными планами укрепления транспортной независимости в Арктике [5, 6, 7]. Для предотвращения затоваривания рекомендуем развитие стратегии маркетинга путем расширения рынков сбыта: встраиваться в госпрограммы и проекты по развитию Арктики [2, 3, 4]; выходить на международный рынок (Турция, ОАЭ, Саудовская Аравия, Кувейт).

Одна из основных задач маркетинга — это продвижению продукта или услуги к покупателям. Отдел маркетинга на предприятии представлен одним сотрудником — молодая женщина, недавно окончившая ВУЗ, без опыта работы в маркетинге. Для активизации сбыта продукции за рубежом целесообразно развитие организационной структуры маркетинга путем расширения штата. Рекомендуем рассмотреть возможность принять на работу в отдел маркетинга второго специалиста, мужчину, с опытом работы в маркетинге на российском и зарубежных рынках, со знанием иностранного языка (английского). Владение иностранными языками в работе с

иностранными клиентами является существенным преимуществом.

Перспективным является внедрение нового производственного направления. Для производства снегоболотоходов завод оснащен современным оборудованием: протяжные, зубофрезерные, зубодолбежные, зубофасочные, зубошлифовальные и круглошлифовальные станки с ЧПУ [8]. Предприятие может оказывать услуги по зубо- и механообработке, термической и химико-термической обработке, восстановлению инструментов, лазерной резке, гибке листового и трубного проката, сварочным работам и окраске изделий. Потенциальными клиентами являются предприятия Курганской и Челябинской областей.

На предприятии в связи с кризисом остро стоит вопрос о сокращении расходов. Многие рабочие из-за снижения объемов производства незагружены, их можно было бы уволить. Но т.к. на рынке сохраняется дефицит сотрудников рабочих специальностей, их важно сохранить для будущих проектов, поэтому рекомендуем ввести режим неполного рабочего времени на срок до 6 месяцев (ст. 74 ТК РФ) [1]. Целесообразно отправить упомянутых рабочих на 2/3 — выплату 2/3 от среднего заработка в период вынужденного простоя по вине работодателя (ст. 157 ТК РФ) [1].

ООО «Вездеходы «БУРЛАК», являясь частью крупного холдинга ООО «Такстелеком», имеет возможность получить дополнительные финансовые возможности для развития и реализации своих амбициозных планов. Для укрепления позиций на рынке целесообразно рассмотреть перспективы отраслевой кооперации (совместные проекты) и обновление продуктовой линейки.

Перспективным направлением кооперации в сфере машиностроения является производство или сборка техники на мощностях завода. Например, производство квадроциклов или сборка китайских грузовиков для дорог общего пользования. Рынок только выигрывает от таких коллабораций. Появляются новые предложения и возможности, а конкуренция стимулирует производителей к совершенствованию техники и разработке новых моделей.

Целесообразно рассмотреть возможность разработки новой модификации вездехода «Бурлак» с целью удешевления, упрощения эксплуатации и повышение эксплуатационной надежности.

Таким образом, корректировка стратегии развития ООО «Вездеходы «БУРЛАК» не только будет способствовать адаптации к текущей рыночной ситуации, но и содержит потенциал для усиления конкурентных преимуществ, что обеспечивает основу для будущего роста бизнеса.

#### Список использованных источников

1 Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 31.07.2025) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2025).

2 Постановление Правительства РФ от 30.03.2021 N 484 (ред. от 24.09.2024) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Социально-экономическое развитие Арктической зоны РФ».

3 Указ Президента РФ от 05.03.2020 N 164 (ред. от 21.02.2023) «Об Основах государственной политики Российской Федерации в Арктике на период до 2035 г.».

4 Указ Президента РФ от 26.10.2020 N 645 (ред. от 27.02.2023) «О Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 г.».

5 Ампилов Ю. Энергетическое развитие российской Арктики в эпоху энергоперехода // ЭП. – 2022. – № 1 (167). – С. 30-43.

6 Ноева Е.Е. Арктический туризм: международный и национальный аспекты, проблемы и особенности развития // Арктика XXI век. – 2022. – № 3 (29). – С.35-59.

7 Тютюнник И.Г. Правовое обеспечение сбалансированного промышленного развития Арктической зоны России // Безопасность бизнеса. – 2023. – № 1. – С. 11-14.

8 ООО «Вездеходы «Бурлак»: Официальный сайт компании. – URL: <https://burlakoffroad.com/ru/> (дата обращения: 25.09.2025).

9 «Русская механика»: стратегия развития в эпоху конкуренции и технологических новшеств. – URL: <https://go-rm.ru/news20250925.html> (дата обращения: 25.09.2025).

10 HighTime.media: Стратегии выхода из кризиса: советы директоров, руководителей и основателей стартапов о том, как преодолеть кризис в компании. – URL: <https://hightime.media/strategii-preodoleniya-krizisa/> (дата обращения: 25.09.2025).