

КЛАССИФИКАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ТИПУ ИННОВАЦИОННОГО ПОВЕДЕНИЯ

Компании по-разному участвуют в инновационных процессах, их деятельность различается по степени активности действий.

Отечественный ученый **Л. Г. Раменский** предложил классифицировать предприятия и компании по четырем типам инновационного поведения:

Виоленты

Патиенты

Эксплеренты

Коммутанты

Аналогичная классификация предложена швейцарским экономистом **Х.Фризевинкелем**, который проводит аналогию инновационного поведения компаний с поведением в животном мире:



Виоленты



Пациенты



Эксплеренты



Коммутанты

ВИОЛЕНТНОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Характерно для крупных компаний, обладающих большими ресурсами, они действуют на рынке с позиции силы, выделяют много средств на исследования и разработки, маркетинг и сбытовые сети. Компании-виоленты встречаются во всех отраслях, многие из них являются транснациональными.

По этапу в динамике своего развития их называют: "гордые львы", "могучие слоны", "неповоротливые бегемоты".

«ГОРДЫЕ ЛЬВЫ»



- компании, для которых характерен самый динамичный темп развития с четкой концентрацией на узком, но массовом и перспективном ассортименте продуктов высокого качества и по доступным ценам, они вкладывают большие средства в создание мощных научно-исследовательских структур. Однако потенциал роста сегмента рынка, в котором сформировался "гордый лев", рано или поздно заканчивается и он переходит на позицию "могучего слона".

Характеризуется менее динамичным развитием, но более диверсифицированной структурой. В этом состоянии фирма может существовать долгие годы, ее устойчивость обеспечивается большими размерами, диверсификацией и наличием широкой международной сети. При появлении новинки на рынке эти компании начинают действовать только тогда, когда успех новинки уже очевиден и, обладая мощным финансовым и производственным потенциалом, оттесняют фирмы-новаторы на второй план и получают максимальную коммерческую выгоду от нововведения. В связи с тем, что успешно развиваются лишь отдельные направления бизнеса, созидательный момент такой фирмы постепенно снижается и она превращается в "неповоротливого бегемота".

"МОГУЧИЙ СЛОН"



"НЕПОВОРОТЛИВЫЙ БЕГЕМОТ"



- компания, чрезмерно увлекшаяся диверсификацией, распылившая свои силы и утратившая динамику развития. По различным причинам компания утрачивает возможность получать соразмерную прибыль и иногда становится убыточной.

ПАТИЕНТНОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Если виоленты - это крупные компании, то пациенты ("хитрые лисы") могут быть малыми, средними и изредка крупными. Стратегия этих компаний заключается в том, что они занимают свою нишу - узкий сегмент рынка, ориентируясь на тех потребителей, которым не подходит массовая продукция. Постепенно фирма накапливает опыт и концентрирует ресурсы в избранной узкой нише, отсекая конкурентов. У таких фирм жизнеспособность и возможность развития сохраняется до тех пор, пока существует сегмент рынка или есть спрос на продукт.

Компании-пациенты в силу своей эффективности являются привлекательным объектом для поглощения фирмами-виолентами. Прямая попытка проникнуть в нишу рынка, контролируемую "хитрой лисой", может привести к значительным, а иногда и непоправимым потерям, поэтому поглощение является практически единственным вариантом доступа к патентам, ноу-хау, специализированной бытовой сети.

Избежав поглощения, они могут развиваться по двум направлениям: первое - умеренный рост или стагнация вместе с занимаемой нишей, второе - изменение стратегии и превращение в виолента.



КЛАССИФИКАЦИЯ КОМПАНИЙ ПО ТИПУ ИННОВАЦИОННОГО ПОВЕДЕНИЯ

№ п/п	Параметры	Тип инновационного поведения по Л. Г. Раменскому			
		Виоленты	Пациенты	Эксплеренты	Коммутанты
		Тип компании (классификация Х. Фризевинкеля)			
		Львы, слоны, бегемоты	Лисы	Ласточки	Мыши
1	Уровень конкуренции	Высокий	Низкий	Средний	Средний
2	Новизна отрасли	Новые	Зрелые	Новые	Новые, зрелые
3	Какие потребности обслуживают	Массовые, стандартные	Массовые, но не стандартные	Инновационные	Локальные
4	Профиль производства	Массовый	Специализированный	Экспериментальный	Универсальный, мелкий
5	Размер компании	Крупные	Крупные, средние, мелкие	Средние, мелкие	Мелкие
6	Устойчивость компании	Высокая	Высокая	Низкая	Низкая
7	Расходы на НИОКР	Высокие	Средние	Высокие	Отсутствуют
8	Фактор силы и конкуренции	Высокая производительность	Приспособленность к особому рынку	Опережение в нововведениях	Гибкость

ЭКСПЛЕРЕНТНОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Главная роль небольших компаний-эксплерентов ("ласточки") состоит в создании новых продуктов и технологий и внедрении радикальных нововведений. На первом этапе своей деятельности они нуждаются в финансировании. В последнее десятилетие наблюдается тенденция оказания все возрастающей финансовой и организационной их поддержки со стороны государственных и коммерческих структур. Для многих компаний-эксплерентов поиск новаций заканчивается неудачей. Те фирмы, которые добиваются успешных результатов благодаря высокой потребительной ценности и конкурентоспособности продукта, начинают бурно развиваться. Чтобы выдержать конкуренцию виолентов и удержаться на рынке, эксплерент должен изменить стратегию на специализированную (пациентную) либо осуществить масштабные инвестиции в производство, управление и сбытовую сеть (виолентная стратегия).

КОММУТАНТОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Компании-коммутанты ("серые мыши") - мелкие фирмы, приспособленные к условиям местного спроса. Удовлетворяя локальные потребности и индивидуальный спрос, они выполняют объединительную роль, связывая экономику в единое целое. Мелкие фирмы содействуют продвижению нововведений путем имитационной деятельности. Коммутанты получают значительные конкурентные преимущества по сравнению с фирмой, которая вывела товар на рынок, поскольку имитировать дешевле, чем создавать новое. Мелкое подражательное производство оказывается эффективнее крупного, обеспечивая качество, практически совпадающее с качеством соответствующих оригинальных товаров известных фирм, но дешевле.



Черноголовка



ЯББЛ

Не всегда легко четко определить тип предприятия по его инновационному поведению, так как подавляющее большинство крупных компаний используют различные варианты инновационного поведения и инновационных стратегий в зависимости от вида выпускаемой продукции, принимают активное участие в международной интеграции и кооперировании.

Сейчас активно появляются специализированные организации, занимающиеся только инновационной деятельностью. Их можно подразделить на венчурные, инжиниринговые и внедренческие фирмы, профитцентры.



ВЕНЧУРНЫЕ ФИРМЫ

- временные организационные структуры, занятые разработкой научных идей и превращением их в новые технологии (продукты), создаваемые с целью апробации, доработки и доведения до промышленной реализации "рисковых" инноваций.

Венчурные фирмы создаются на договорной основе и на объединенные денежные средства нескольких юридических или физических лиц (либо тех и других); на вложения и кредиты крупных компаний, банков, частных фондов и государства.

- Преимущества венчурного бизнеса - гибкость, подвижность, способность мобильно переориентироваться, изменить направление поиска, быстро улавливать и апробировать новые идеи.
- Стремление к получению прибыли, давление рынка и конкуренции, конкретно поставленная задача, жесткие сроки вынуждают разработчиков действовать результативно и быстро, интенсифицируют исследовательский процесс. Однако это не гарантирует от неудач.
- Для создания венчурного предприятия необходимы коммерческая идея (суть нововведения); общественная потребность в нововведении; предприниматель, готовый создать венчурную фирму; рисковый капитал.

ИНЖИНИРИНГОВЫЕ ФИРМЫ

Представляют собой соединительное звено между научными исследованиями и разработками и производством.

Основные направления их деятельности следующие:

- оценка вероятности значимости коммерческой конъюнктуры, полезной модели, изобретения;
- техническое прогнозирование инновационной идеи, будущей технологии научно-технической продукции;
- доводка нововведения до промышленной реализации;
- оказание услуг в процессе внедрения объекта разработки;
- пусконаладочные работы.

ВНЕДРЕНЧЕСКИЕ ФИРМЫ

Специализируются на внедрении неиспользованных патентов владельцами технологий, продвижении на рынок лицензий, доведении изобретений до промышленной кондиции, производстве небольших партий изделий с последующей продажей лицензий.

ПРОФИТЦЕНТРЫ

Способствуют ускорению нововведений. Это временное целевое объединение научных работников нескольких \ смежных отраслей науки и техники, а также менеджеров для решения конкретных научно-технических или производственных задач.

Авторы	Виолентная стратегия	Патиентная стратегия	Коммутантная стратегия	Эксплерентная стратегия
Стратегии М. Портера [5]	Стратегия лидерства по издержкам	Стратегия фокуса (на сегменте рынка)	Стратегия дифференциации	Стратегия фокуса (на новых товарах)
Стратегии И. Ансоффа [10]	Стратегия максимизации доли рынка	Стратегия развития рынка	Стратегия развития товара	Стратегия диверсификации
Стратегии Г. Л. Азоева [9]	Стратегия снижения себестоимости	Стратегия сегментирования рынка	Стратегия немедленного реагирования на потребности рынка Стратегия дифференциации продукции	Стратегия внедрения новшеств
Стратегии А. А. Томпсона и А. Дж. Стрикленда [17]	Стратегия лидерства по издержкам	Стратегия концентрации на узком сегменте рынка на основе более низких издержек	Стратегия концентрации на узком сегменте рынка на основе дифференциации Стратегия дифференциации	Стратегия наилучшей стоимости