



Инновация

В мировой экономической литературе ***"инновация"*** интерпретируется как превращение потенциального научно-технического прогресса в реальный, воплощающийся в новых продуктах и технологиях.

Ключевым направлением достижения экономического роста и повышения качества жизни населения в современном мире является *развитие инновационной деятельности, широкое распространение инновационных технологий, продуктов и услуг.*

3. КЛАССИФИКАЦИЯ ИННОВАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ

Выделяют 4 типа инновационных компаний:

- Венчурные компании.
- Фирмы-эксплеренты.
- Фирмы-пациенты.
- Фирмы-виоленты.
- Фирмы-коммутанты.

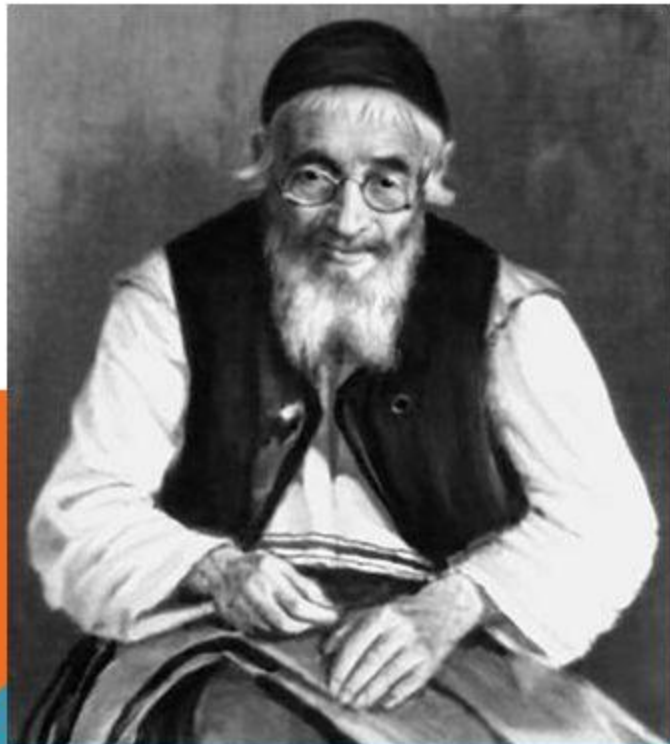
ВЕНЧУРНЫЕ КОМПАНИИ.

Работают на этапах роста и насыщения изобретательской активности и еще сохраняющейся, но уже падающей активности научных изысканий. Венчурные фирмы, как правило, неприбыльны, так как не занимаются организацией производства продукции, а передают свои разработки другим фирмам – эксплорентам, пациентам, коммутантам.



ФИРМЫ-ЭКСПЛЕРЕНТЫ

- Специализируются на создании новых или радикальных преобразований старых сегментов рынка. Их дело – продвижение новшеств на рынок.
- Фирмы-эксплеренты получили название «пионерских». Они работают в «окрестностях» этапа максимума цикла изобретательской активности и с самого начала выпуска продукции.



ФИРМЫ-ПАТИЕНТЫ

- Фирмы-пациенты работают на узкий сегмент рынка и удовлетворяют потребности, сформированные под действием моды, рекламы и других средств. Они действуют на этапах роста выпуска продукции и одновре
- Требования к качеству и объемам продукции у этих фирм связаны с проблемами завоевания рынков. Возникает необходимость принимать решения о проведении или прекращении разработок, о целесообразности продажи и покупки лицензий и т. п. Эти фирмы прибыльны. В то же время существует вероятность принятия неверного решения, ведущего к кризису. Именно на стадии падения изобретательской активности.
- В таких фирмах целесообразна должность постоянного инновационного менеджера, призванного обезопасить их деятельность. Его главная цель – снизить риск в жизни фирмы и создать комфортные условия работы для сотрудников.

ФИРМЫ-ВИОЛЕНТЫ

Фирмы с «силовой» стратегией

- ❖ Они обладают крупным капиталом, высоким уровнем освоения технологии.
- ❖ Виоленты занимаются крупносерийными и массовым выпуском продукции для широкого круга потребителей, предъявляющих «средние запросы» к качеству и удовлетворяются средним уровнем цен.
- ❖ Виоленты работают в «окрестностях» максимума выпуска продукции.

ХАРАКТЕРИСТИКА ФИРМЫ-ВИОЛЕНТА

Факторы развития		Причины кризиса
<ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие коллектива, работающего над имиджем фирмы 2. Высокое качество кадрового состава 3. Финансовая устойчивость 4. Низкие удельные затраты (в том числе накладные расходы) 5. Высокая техническая оснащенность 6. Сформированная и стабильная номенклатура продукции 7. Единство научных и производственных процессов 8. Большие производственные мощности. Возможность значительных прибылей 9. Конкурентоспособность продукции 10. Высокая социальная обеспеченность кадров 		<ol style="list-style-type: none"> 1. Появление значительных разногласий в коллективе 2. Организация в коллективе оппозиции 3. Ограниченность ресурсов 4. Зависимость от рыночной конъюнктуры 5. Организационная инертность структуры 6. Консерватизм в нововведениях 7. Сложные коммуникационные связи 8. Большая численность управленческого персонала 9. Слабая приспособленность и реакция на принципиально новую продукцию 10. Малодинамичные научные структуры
	Условия создания	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Освоение определенного сегмента рынка с полным его насыщением 2. Наличие специалистов, заинтересованных в совершенствовании системы производства и сбыта 3. Стабильность в деятельности фирмы 4. Возможности получения прибылей 	
	Ключевые лозунги организации	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Цель – все, движение к ней – ничто 2. Хорошо живет тот, кто умеет хорошо жить 	

ФИРМЫ-КОММУТАНТЫ

- Фирмы-коммутанты действуют на этапе падения цикла выпуска продукции.
- Научно-техническая политика требует принятия решений
 - ✓ о своевременной постановке продукции на производство,
 - ✓ о степени технологической особенности изделий, выпускаемых фирмами,
 - ✓ о целесообразных изменениях в них согласно требованиям специфических потребителей.

ХАРАКТЕРИСТИКА ФИРМЫ-КОММУТАНТА

Факторы развития		Причины кризиса
<ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие лидера, хорошо понимающего специфику национального рынка 2. Умение удержать своего покупателя 3. Конкурененто-способность продукции 4. Нетребовательность кадров к их социальной обеспеченности 5. Высокая техническая оснащенность 		<ol style="list-style-type: none"> 1. Сужение рынка 2. Большие недогруженные мощности 3. Стабильная номенклатура продукции 4. Организация в коллективе оппозиций 5. Высокие удельные затраты 6. Зависимость от рыночной конъюнктуры 7. Организационная инертность 8. Усложнение маркетинговых исследований 9. Большая численность управленческого аппарата, доставшего в наследство от виопента 10. Невозможность вносить значительные усовершенствования в продукцию 11. Малодинамичные научные структуры
		Условия создания <ol style="list-style-type: none"> 1. Распад интернациональной компании на ряд национальных фирм 2. Наличие желаний у специалистов сохранить свой коллектив, несмотря на его старение 3. Отсутствие у конкурентов желания поглотить фирму
		Ключевые лозунги организации <ol style="list-style-type: none"> 1. Есть еще порох в пороховницах 2. Если бы молодость знала, если бы старость могла