

ЛЕКЦИЯ № 8

по дисциплине «Инновационный менеджмент»

на тему:

Классификация типов конкурентного поведения фирм инновационного характера

План

1. Инновационное поведение фирм-виолентов
2. Инновационное поведение фирм-пациентов
3. Инновационное поведение фирм-эксплерентов
4. Инновационное поведение фирм-коммутантов

Под инновационной активностью принято понимать интенсивность осуществления экономическими субъектами деятельности по разработке и вовлечению новых технологий или усовершенствующих продуктов в хозяйственный оборот.

Смысл инновационной активности как экономической категории состоит в том, чтобы не только оценивать масштабы внедрения новых или улучшающих технологий по хозяйствующим субъектам в целом, но и способствовать отдельным предприятиям в осуществлении отбора того или иного направления инновационного развития и в формировании на этой основе эффективной инвестиционной политики.

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:

- предприятия-виоленты (виолентное поведение);
- предприятия-пациенты (пациентное поведение);
- предприятия-эксплеренты (эксплерентное поведение);
- предприятия-коммутанты (коммутантное поведение).

Аналогичная **классификация предложена** швейцарским экономистом **Х.Фризевинкелем**, который проводит аналогию инновационного поведения компаний с поведением в животном мире: **виоленты** - львы, слоны, бегемоты; **пациенты** - лисы; **эксплеренты** - ласточки; **коммутанты** - мыши.

Виоленты

Фирмы-виоленты - это фирмы с «силовой» стратегией.

Виоленты занимаются крупносерийным и массовым выпуском продукции для широкого круга потребителей, предъявляющих «средние запросы» к качеству и удовлетворяющихся средним уровнем цен.

Виоленты обладают высоким инновационным потенциалом, что позволяет им благодаря наличию свободных финансовых средств, научных разработок и материально-технических средств, с одной стороны, разработать новшество, а с другой стороны, освоить в производстве и осуществить его коммерциализацию.

Три важнейших разновидности фирм-виолентов получили запоминающиеся названия по классификация швейцарского специалиста Х. Фризевинкеля - *“гордые львы”*, *“могучие слоны”* и *“неповоротливые бегемоты”*.

«гордый лев» - тип виолентов для которых характерен самый динамичный темп развития. *Обычно это фирмы с четким производственным профилем и мало диверсифицированные*. Но в выпуске «своего» массового товара львы относятся к числу технологических лидеров. Особенность их позиций на рынке обычно связана с обладанием техническими или организационными преимуществами в важном и перспективном сегменте рынка.

«могучий слон» - тип с менее динамичным развитием, расширенной диверсификацией компенсации за потерю позиции лидера в отрасли. Компания этого типа утрачивают былой динамизм, обретая взамен *повышенную стабильность*. Устойчивость обеспечивается: большими размерами, диверсификацией и наличием широкой международной сети филиалов.

«неповоротливый бегемот» - тип виолентов, *утративших динамику развития, чрезмерно увлекшихся широкой диверсификацией и распыливших силы*. Закат виолента связан с состоянием неповоротливого бегемота. Сохраняя гигантский оборот, корпорация постепенной утрачивает способность добиваться соразмерной прибыли. Другими словами, виолент превращается в «неповоротливого бегемота» из-за чрезмерной диверсификации своей деятельности.

Коммутанты

Средним и мелким бизнесом, ориентированным на удовлетворение местно-национальных потребностей, занимаются фирмы-коммутанты (соединители).

Коммутанты – *фирмы, имитирующие новинки или предлагающие новые виды услуг на базе новой продукции.* Стратегия подражательства характерна для многих мелких компаний. В соответствии с классификацией Фризевинкеля, коммутанты называются **«серыми мышами»**.

Роль «серых мышей» в инновационном процессе заключается в содействии диффузии инноваций. Их деятельность в основном связана с производством легальных копий продуктов известных компаний, а также предоставлением услуг по послепродажному сервису инновационных продуктов.

Коммутанты работают *на этапе падения спроса* на инновационную продукцию, т.е. на этапе спада жизненного цикла рынка.

Пациенты

При ориентации на *узкий сегмент рынка* это будут фирмы-пациенты.

Пациенты – *компании, специализирующиеся на выпуске уникальных новинок*. Пациент занимает узкую рыночную нишу и обслуживает нестандартных потребителей. Это крупные, малые или средние фирмы.

По Фризевинкелю, пациенты носят название **«хитрые лисы»**, оно точно характеризует их приспособительную инновационную политику.

Фирма-пациент использует стратегию дифференциации – создание продукта со специфическими характеристиками. В силу уникальности инновационного продукта, предлагаемого данной фирмой, конкуренция в занимаемом ею сегменте невысока, а это создает дополнительные преимущества.

Фирмы-эксплеренты

Эксплеренты – компании, цель существования которых заключается в постоянном выпуске радикальных новшеств. Это малые инновационные фирмы. По Фризевинкелю, они называются «**первые ласточки**».

Эксплеренты (пионерные фирмы) - это фирмы, которые работают на более поздних этапах по сравнению с венчурными. Они занимаются окончательной доводкой инновации и ее внедрением на рынок. В остальном эти фирмы имеют много общего с венчурными.

Эксплерентная (пионерная) стратегия связана с созданием новых или с радикальным преобразованием старых сегментов рынка. Это первопроходцы в поиске и реализации революционных решений.

В связи с дефицитом ресурсов «первые ласточки» нуждаются в финансовой поддержке. Если помощь предоставляется, то происходит стремительное развитие эксплерента. Эксплерент превращается в виолента. Превращение малой инновационной фирмы в подразделение виолента позволяет ей осуществлять инновационную деятельность, не испытывая дефицита финансовых ресурсов. А виолент получает доступ к ноу-хау подконтрольной компании.