

Лекция 4. Классификация предприятий по их роли в инновационном процессе

Параметры	Тип конкурентного поведения (классификация Раменского)			
	виоленты	пациенты	эксплеренты	коммутанты
	Тип компании (классификация Фризевинкеля)			
	«гордые львы», «могучие слоны», «неповоротливые бегмоты»	«хитрые лисы»	«первые ласточки»	«серые мыши»
Уровень конкуренции	Высокий	Низкий	Средний	Средний
Новизна отрасли	Новые, зрелые	Зрелые	Новые	Новые, зрелые
Какие потребности обслуживает	Массовые, стандартные	Массовые, нестандартные	Инновационные	Локальные
Профиль производства	Массовое	Специализированное	Экспериментальное	Универсальное мелкое
Размер компании	Крупные	Крупные, средние и мелкие	Средние и мелкие	Мелкие
Устойчивость	Высокая	Высокая	Низкая	Низкая
Расходы на НИОКР	Высокие	Средние	Высокие	Отсутствуют
Факторы силы в конкурентной борьбе, преимущества	Высокая производительность	Приспособленность к особому рынку	Опережение в нововведениях	Гибкость
Динамизм развития	Высокий	Средний	Высокий	Низкий
Издержки	Низкие	Средние	Низкие	Низкие
Качество продукции	Высокое и среднее	Высокое	Среднее	Среднее
Ассортимент	Средний	Узкий	Нет	Узкий
Тип НИОКР	Улучшение	Приспособленность	Прорывной	Нет
Сбытовая сеть	Собственная или контролируемая	Собственная или контролируемая	Отсутствует	Отсутствует
Реклама	Массовая	Специализированная	Отсутствует	Отсутствует

Характеристики предприятий по типу стратегического конкурентного инновационного поведения

Параметры	Значения параметров			
Уровень конкуренции	а) высокий	б) средний	в) низкий	
Новизна отрасли	а) новые отрасли		б) зрелые отрасли	
Какие потребности обслуживает	а) массовые и стандартные	б) массовые, особенные	в) инновационные	г) локальные, групповые
Профиль производства	а) массовое	б) специализированное	в) экспериментальное	г) универсальное мелкое
Размер компании	а) крупная	б) средняя	в) мелкая	
Устойчивость компании	а) высокая		б) низкая	
Расходы на НИОКР	а) большие	в) средние	в) низкие	г) очень малы
Факторы силы в конкурентной борьбе	а) производительность	б) приспособление к рынку	в) опережение в новшествах	г) гибкость
Динамизм развития	а) высокий	б) средний	в) низкий	
Издержки	а) низкие	б) средние	в) высокие	
Качество продукции	а) высокое	б) среднее	в) низкое	
Ассортимент	а) широкий	б) средний	в) узкий	г) отсутствует
Тип НИОКР	а) прорывной	б) улучшение	в) приспособ.	г) отсутствует
Сбытовая сеть	а) собственная	б) контролируемая	в) отсутствует	
Реклама	а) массовая	б) специализированная	в) индивидуальная	

Морфологическая матрица
идентификации
предприятий по
типу
стратегического
конкурентного
инновационного
поведения

Признаки состояния	Значения признаков		
Продолжительность пребывания на стадии	Десятилетия	До 10 лет	Несколько лет
Рост компании и его устойчивость	Быстрый, но не устойчивый	Средний, но устойчивый	Отсутствует
Диверсификация	Очень широкая	Широкая	Слабая
Инновационная активность	Лидер по ряду направлений	Лидер по 1—2 направлениям	Нет лидерства
Размеры фирмы	Особо крупные	Крупные	Большие
Наличие зарубежных филиалов	Большая сеть	Небольшая сеть	Нет сети
Динамизм развития и его устойчивость	Высокий, но неустойчивый	Средний, но устойчивый	Низкий
Типичная стратегия, тактика и метод	Метод «самоускоряющегося роста»	Тактика «ловкого второго»	Дезинвестиция
Стремление быть первым	Присутствует	Необязательно	Отсутствует
Степень извлечения пользы от инноваций	Максимальная	Невысокая	Малая
Расходы на НИОКР	Крупные	Средние	Малые
Характер конкуренции	Агрессивный	Нишевый	Пассивный
Потенциал роста сегментов рынка	Большой	Средний	Низкий
Диверсификация	Очень широкая	Широкая	Почти нет

Идентификация виолентов по этапам эволюционного пути развития

Признаки состояния	Эволюция «фирм-виолентов»		
	«гордые львы»	«могучие слоны»	«неповоротливые бегемоты»
Продолжительность пребывания на этой стадии	До 10 лет	Десятилетия	Несколько лет
Рост компании и его устойчивость	Быстрый, но неустойчивый	Средн. по темпу, но устойчивый	Отсутствует
Диверсификация (проникновение в другие подотрасли и отрасли)	Слабая	Широкая	Излишне широкая
Инновационная активность	Лидер по ряду направлений	Лидер по 1—2 направлениям	Наращение технол. отставания
Размеры фирмы	Крупные размеры	Особо крупные размеры	Сохраняют большие размеры
Наличие сети зарубежных филиалов	Небольшая сеть	Большая сеть	Сеть распадается
Динамизм развития и его устойчивость	Высокий, но неустойчивый	Средний по темпу, но устойчивый	Низкий
Типичная стратегия, тактика и метод	Метод самоускоряющегося роста	Тактика «ловкого второго»	Дезинвестиция
Стремление быть первым	Присутствует всегда	Необязательно	Отсутствует
Извлечение пользы от инноваций	Невысокая	Максимальная	Малая
Расходы на НИОКР	Крупные	Крупные	Малые
Характер конкуренции	Агрессивный	Нишевый	Пассивный
Потенциал роста сегментов рынка	Большой	Средний	Низкий
Диверсификация	Почти нет	Широкая	Очень широкая

Характеристики виолентов по этапам эволюционного развития

Роли фирм-виолентов в конкурентной борьбе

Признаки состояния	Значения признаков	
Преимущество	Преимущество «первого хода»	Способность использовать метод «ловкого второго»
Размеры сегмента рынка	Наибольший	Средний
Размер фирмы	Очень крупный	Крупный
Стратегическая позиция	Положение «звезды»	Противоречивое
Боязнь конкуренции	Не боится	Боится

Характеристики виолентов по их роли в конкурентной борьбе

Признаки состояния	Роли фирм-виолент в конкурентной борьбе	
	лидер	вице-лидер
Преимущество	Преимущество «первого хода»	Способность использовать метод «ловкого второго»
Размеры сегмента рынка	Наибольший	Средний
Размер фирмы	Очень крупный	Крупный
Стратегическая позиция	Положение «звезды»	Противоречивое
Боязнь конкуренции	Не боится	Боится

Типология конкурентных стратегий оборонных компаний-виолентов

Зона конкуренции	Способ конкуренции	Метод реализации способа конкуренции	Основной эффект в конкурентной борьбе
Производство традиционной продукции	Экономия на издержках	Горизонтальная интеграция	Реализация положительного эффекта масштаба
<i>Инновационный подход:</i> разработка новой продукции	Дифференциация продукции и технологий	Вертикальная интеграция и диверсификация	Реализация синергического эффекта в результате объединения технологических потенциалов разных фирм