

Содержание

Введение

1. Основные аспекты инновационного менеджмента
 - 1.1 Понятие и сущность инновационного менеджмента
 - 1.2 Принципы и задачи инновационного менеджмента
 - 1.3 Роль инновационного менеджмента в современной России
2. Особенности организационных форм инновационного менеджмента
 - 2.1 Научные организации
 - 2.2 Венчурный бизнес
 - 2.3 Эксплореры
 - 2.4 Пациенты
 - 2.5 Виоленты
 - 2.6 Коммутанты

Заключение

Список использованной литературы

Введение

На сегодняшний момент в российской экономике окончательно не сформировалось стремление к инновационному ведению бизнеса. Большинство предприятий, столкнувшись с необходимостью жесткой оптимизации издержек, в первую очередь, экономят на развитии производства, откладывая на «потом» инновационные проекты, расходы на НИОКР и перевооружение. В современных рыночных условиях обеспечение конкурентоспособности любой организаций, повышение имиджа предприятий, захват новых рынков и увеличение денежного потока возможно только за счет создания необходимых предпосылок для последующего развития на основе создания, внедрения и распространения технических, технологических и организационных нововведений. Необходимость инновационной деятельности, способность к нововведениям выступает как законное требование времени, в чем и заключается актуальность данной темы.

Целью курсовой работы является изучение инновационного менеджмента.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- s Изучить понятие и сущность инновационного менеджмента;
- s Рассмотреть принципы и задачи инновационного менеджмента;
- s Изучить роль инновационного менеджмента в современной России;
- s Рассмотреть особенности организационных форм инновационного менеджмента.

Теоретическую основу курсовой работы составляют труды российских ученых.

1. Основные аспекты инновационного менеджмента
 - 1.1 Понятие и сущность инновационного менеджмента

Инновационный менеджмент - это система управления инновациями,

инновационным процессом и отношениями, возникающими и происходящими в процессе внедрения инноваций [10, с.12].

Термин «инновация» происходит от латинского «novatio», что означает «обновление» (или «изменение»), и приставки «in», которая переводится с латинского как «в направление», если переводить дословно «Innovatio» -- «в направлении изменений». Само понятие innovation впервые появилось в научных исследованиях XIX в. Новую жизнь понятие «инновация» получило в начале XX в. в научных работах австрийского и американского экономиста Й.Шумпетера в результате анализа «инновационных комбинаций», изменений в развитии экономических систем. Именно Шумпетером был впервые введен данный термин в экономике.

Инновация -- это не всякое новшество или нововведение, а только такое, которое серьезно повышает эффективность действующей системы [7, с.72].

Инновация -- введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях.

Сущность инновационного менеджмента заключается в том, что инновация является объектом, на который производит воздействие хозяйственный механизм.

Хозяйственный механизм воздействует и на порядок создания, реализации, продвижения инноваций (нововведений), и на экономические отношения, происходящие между всеми участниками данного процесса: производителями, продавцами и покупателями инноваций.

Влияние хозяйственного процесса на инновации происходит на основе и при помощи определенных приемов и особой стратегии управления. Вместе эти приемы и стратегия создают своеобразный механизм управления инновациями - инновационный менеджмент.

Управление инновациями - это довольно новая отрасль в управленческой деятельности в таких сферах, как научно-техническая, производственно-технологическая и административная [3, с.45]. Инновационный менеджмент базируется на следующих основополагающих моментах:

- 1) в поиске идеи, служащей фундаментом для данной инновации. Отправными источниками инновационных идей являются потребители; ученые (разработки); конкуренты (изучение потребительского спроса); торговые агенты; дилеры; работники предприятия;
- 2) в способе организации инновационного процесса для определенной инновации;
- 3) в процессе продвижения и реализации нововведений на рынке.

Инновационный менеджмент содержит стратегию и тактику управления.

Стратегия дает возможность выбрать общую направленность и метод применения средств для достижения поставленной конечной цели. После достижения поставленной цели стратегия прекращает свое существование, на ее смену приходит тактика.

Тактика - это определенные методы и приемы для претворения в жизнь намеченной

цели уже в определенных конкретных условиях. Задачей тактики инновационного менеджмента можно назвать искусство выбора оптимального решения и приемов достижения этого решения, наиболее выгодных в данной ситуации.

Инновационный менеджмент - это система управления предприятием. В этом ракурсе система инновационного менеджмента включает в себя две подсистемы: управляющую подсистему (субъект управления) и управляемую подсистему (объект управления).

Субъектом управления могут быть один или группа работников, проводящих целенаправленное управление функционированием объекта управления. Объектами управления в данном случае будут инновации, инновационный процесс и экономические отношения между участниками рынка инноваций.

Связь субъекта управления с объектом будет происходить посредством передачи информации. Именно эта передача информации является процессом управления.

1.2 Принципы и задачи инновационного менеджмента

Инновационная деятельность является сложной динамической системой действия и взаимодействия различных методов, факторов и органов управления, занимающихся [3]:

с научными исследованиями, созданием новых видов продукции, совершенствованием оборудования и предметов труда, технологических процессов и форм организации производства на основе новейших достижений науки, техники;

с планированием, финансированием и координацией научно-технического прогресса;

с совершенствованием экономических рычагов и стимулов;

с разработкой системы мер по регулированию комплекса взаимообусловленных мероприятий, направленных на ускорение интенсивного развития научно-технического прогресса и повышение его социально-экономической эффективности.

Инновационный менеджмент направлен на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок для расширения и обновления номенклатуры и улучшения качества выпускаемой продукции (товаров, услуг), совершенствования технологии их изготовления с последующим внедрением и эффективной реализацией на внутренних и зарубежных рынках.

В качестве общих принципов организации инновационного менеджмента исследователи называют [4, с.63]:

1. Целевую ориентацию, т. е. организация инновационной деятельности должна способствовать непрерывному протеканию инновационного процесса. Под непрерывностью здесь понимается целостность инновационной системы, которая должна способствовать преодолению негативных аспектов при передаче информации по стадиям инновационного цикла;
2. Системность инновационной деятельности, т. е. наличие четко обозначенных функций, их исполнителей и взаимодействий между ними;
3. Адаптивность как наиболее адекватно отражающая влияние факторов внешней, внутренней среды предприятия на процессы создания инноваций, учитывающая тенденции их изменения;

4. Оптимальное сочетание полномочий и ответственности подразделений;
5. Экономичность, т. е. организация инновационной деятельности должна способствовать оптимальной результативности инновационного процесса путем сокращения инновационного цикла, повышения конкурентоспособности новых изделий, своевременного реагирования на запросы потребителей и т. п.;
6. Иерархичность, т. е. обеспечение иерархического взаимодействия между элементами инновационной деятельности на любых вертикальных и горизонтальных уровнях системы.

Ключевыми задачами организации инновационной деятельности любого предприятия являются [6, с.42]:

с Планирование инновационной деятельности организации. Планирование инновационной деятельности начинается с формулирования миссии, которая выражается в ориентации деятельности организации на инновации. Следующий шаг -- это определение стратегических направлений инновационной деятельности и постановка целей в каждом из них. Затем руководство организации выбирает оптимальную для каждого направления инновационную стратегию развития. На основе инновационной стратегии формируются долгосрочные, среднесрочные и краткосрочные планы, которые реализуются на основе конкретных действий менеджеров и сотрудников.

с Организация инновационной деятельности. Эта функция заключается в формировании процессов и структур, поддерживающих инновации. Если формирование и реализация стратегий, нацеленных на развитие за счет инноваций, не является на сегодняшний день большой редкостью, то создание специфичных структур, позволяющих управлять идеями (потенциальными инновациями) характерно лишь для небольшого количества компаний.

с Мотивация участников инновационной деятельности. Мотивация является одной из наиболее обсуждаемых проблем в менеджменте. Формирование благоприятной организационной культуры; создание креативной команды, способной достигать поставленных целей; установление эффективной системы вознаграждения труда, -- все это задачи мотивации персонала.

с Систематическая оценка результатов инновационной деятельности.

Инновационную деятельность необходимо постоянно оценивать для того, чтобы проверять правильность выбранной стратегии и вовремя предпринимать корректирующие действия.

В условиях рыночной экономики инновационная деятельность должна способствовать интенсивному развитию экономики, обеспечивать ускорение внедрения последних достижений науки и техники в производство, полнее удовлетворять потребителей в разнообразной высококачественной продукции и услугах, а для этого необходимо формулировать те необходимые задачи, которые готовы в полной мере раскрыть данные проблемы и пути выхода из них.

Инновационная деятельность организации должна быть сосредоточена на решении главных задач [6, с.85]:

с проведении научно-исследовательских и конструкторских работ по разработке

идеи новшеств, лабораторных исследований, изготовлении лабораторных образцов новой продукции, новых конструкций и изделий;
s подборе новых видов сырья, материалов для изготовления новшества;
s подборе новых технологий, ноу-хау и создании на их основе технологического процесса производства новой продукции;
s проектировании, изготовлении, испытании и освоении образцов новой техники, машин, механизмов, приборов;
s проектировании, планировании, внедрении новых организационно-управленческих решений, направленных на реализацию новшеств;
s подготовке, обучении, переквалификации и подборе персонала;
s информационном обеспечении инновационной деятельности;
s проведении работ по приобретению необходимой документации по оформлению патентов, лицензий, ноу-хау, технологических регламентов, испытательных методик и т. д.;

s организации и проведении маркетинговых исследований и организации каналов сбыта инноваций;
s организации опытного производства и освоении новшеств;
s технологической подготовке производства и внедрении новшества;
s производстве и реализации новых продуктов, изделий.

Наиболее полную классификацию частных задач инновационной деятельности приводит И. Б. Гудков [6, с.102]:

1. поддержание высокого технического уровня, разработка новых видов продукции и процессов, замена устаревших;
2. расширение ассортимента выпускаемой продукции внутри основной специализации фирмы, вне основной специализации фирмы;
3. внедрение стратегических инноваций;
4. коренное обновление и увеличение количества единиц производственного оборудования;
5. поддержание/увеличение доли на рынке;
6. проникновение на новые рынки внутри страны и за рубежом:
s разработка дифференцированных продуктов и процессов;
s научно-техническое обеспечение процессов вывода товаров на рынок;
7. повышение конкурентоспособности продукции;
8. усиление гибкости производства
9. снижение издержек производства путем:
s снижения удельных трудозатрат;
s снижения удельного потребления материалов;
s снижения энергопотребления;
s снижения уровня отбраковки изделий;
s снижение затрат на разработку новых изделий;
10. ускорение проектирования и освоения производства новых изделий;
11. повышение качества продукции;
12. улучшение условий труда;

13. снижение уровня загрязнения окружающей среды.

Инновационная деятельность является мощным рычагом, который помогает преодолеть спад, обеспечить структурную перестройку и насытить рынок разнообразной конкурентоспособной продукцией. Но внедряя инновации в практику, важно знать, какие факторы способны затормозить или ускорить инновационный процесс (табл. 1.1).

Таблица 1.1

Факторы, влияющие на развитие инновационной деятельности организаций

Группа факторов

Факторы, препятствующие инновационной деятельности

Факторы, способствующие инновационной деятельности

Экономические и технологические

Недостаток средств для финансирования инновационных проектов, слабость материальной и научно-технической базы, отсутствие резервных мощностей, доминирование интересов текущего производства

Наличие резерва финансовых и материально-технических средств, прогрессивных технологий, необходимой хозяйственной и научно-технической инфраструктуры

Политические и правовые

Ограничения со стороны антимонопольного, налогового, амортизационного,

патентно-лицензионного законодательства

Законодательные меры (особенно льготы), поощряющие инновационную деятельность, государственная поддержка инноваций

Социально-психологические и культурные

Сопротивления переменам, которые могут вызвать такие последствия как изменение статуса сотрудников, необходимость поиска новой работы, перестройку новой работы, перестройку устоявшихся способов деятельности, нарушение стереотипов поведения и сложившихся традиций, боязнь неопределенности, опасение наказаний за неудачу

Моральное поощрение участников инновационного процесса, общественное признание, обеспечение возможностей самореализации, освобождение творческого труда, создание нормального психологического климата в трудовом коллективе

Организационно-управленческие

Устоявшаяся организационная структура компании, излишняя централизация, авторитарный стиль управления, преобладание вертикальных потоков информации, ведомственная замкнутость, трудность межотраслевых и межорганизационных взаимодействий, жесткость в планировании, ориентация на сложившиеся рынки, ориентация на краткосрочную окупаемость, сложность согласования интересов участников инновационных процессов

Гибкость оргструктуры, демократичный стиль управления, преобладание горизонтальных потоков информации, самопланирование, допущение корректировок, децентрализация, автономия, формирование целевых рабочих групп

В результате грамотно поставленных задач инновационной деятельности рождаются новые идеи, новые и усовершенствованные продукты, новые или усовершенствованные технологические процессы, появляются новые формы организации и управления различными сферами экономики и ее структурами. Конкретные задачи инновационной деятельности организации определяются ресурсными возможностями самой организации. А ресурсные возможности влияют на масштабы инновационной деятельности, полноту охвата социально-экономических проблем, очередность их решения и получения конечных результатов.

1.3 Роль инновационного менеджмента в современной России

Научно-техническая революция, явившаяся качественным скачком в развитии производительных сил, поставила экономику в существенную зависимость от достижений науки и техники. При этом, процесс внедрения новых идей, решений, технологий в производство интерпретируется в экономической науке как превращение потенциальных новшеств в реальные продукты и технологии и опосредуется понятием «инновационная деятельность». В экономической теории до настоящего времени продолжается дискуссия о том, в какой фазе циклического развития экономики наиболее благоприятны условия для реализации инновационной деятельности, внедрения и освоения инноваций. Широкое распространение получила точка зрения, согласно которой инновационные новшества вводятся, как правило, когда давление конкуренции наиболее жестко, а промышленная конъюнктура находится на низких уровнях, т.е. в условиях кризиса. В то же время в благоприятных экономических условиях, согласно данному взгляду, новые инновационные проекты предприятия стремятся откладывать, т.к. у них нет экономических стимулов для их внедрения.

Значение инновационной деятельности для экономики страны так же существенно, как и условия, создаваемые государством для развития инноваций. Сформулируем значение инновационной деятельности в нескольких основных моментах:

-- под влиянием инновационной деятельности меняется структура экономики страны, а именно за счет роста эффективности использования ресурсов часть их высвобождается и перераспределяется в другие сферы деятельности. Например, доля занятых в торговле сокращается, а в промышленном секторе -- возрастает. Кроме того, инновации выступают непосредственной причиной возникновения новых производств, отраслей и постепенного отмирания уже существующих;

-- инновационная деятельность изменяет экономическую организацию общества, а именно появляются новые общественные институты и хозяйственные организации, и трансформируется содержание взаимосвязей между ними. Происходят сдвиги в структуре собственности. Совершенствуются технологии управления: вертикальные воздействия во все большей мере дополняются и заменяются горизонтальными.

Претерпевает изменения и содержание государственного регулирования экономики. По экспертным оценкам, вклад инновационной деятельности в развитие современной экономики может составлять до 60-70% (в зависимости от конкретных условий конкретного государства). Именно поэтому современную экономику иногда называют наукоемкой.

При этом экономический рост в условиях наукоемкой экономики -- это динамика физических объемов производства и потребления товаров и услуг. Качественный экономический рост нужно понимать, как разницу в развитии между одним государством и всеми остальными.

Он обеспечивается за счет инноваций, которые, тем и примечательны, что дают пользователю добавочную экономическую прибыль. Эта добавочная прибыль и определяет разницу в развитии между государствами, ведь любое экономическое развитие опирается в финансовые ресурсы [7, с.72-75].

2. Особенности организационных форм инновационного менеджмента

2.1 Научные организации

Организационные структуры инновационного менеджмента - организации, занимающиеся инновационной деятельностью, научными исследованиями и разработками.

Научная организация - это организация (учреждение, предприятие, фирма), для которой научные исследования и разработки являются основным видом деятельности.

Научные исследования и разработки могут быть основной деятельностью для подразделений, находящихся в составе организации (учреждения, предприятия, фирмы). Наличие таких подразделений не зависит от принадлежности организации в той или иной отрасли экономики, организационно-правовой формы собственности. В России действует следующая классификация научных организаций по секторам науки и типам организаций, объединенных по организационным признакам, характеру и специализации выполняемых работ:

с Государственный сектор:

1. Организации министерств и ведомств, которые обеспечивают управление государством и удовлетворение потребностей общества в целом (государственное управление, оборона, общественный порядок; здравоохранение, культура, досуг, социальное обеспечение и т. п.), включая федеральные и местные органы;
2. Бесприбыльные (некоммерческие) организации, полностью или в основном финансируемые и контролируемые правительством, за исключением организаций, относящихся к высшему образованию. Эти организации в первую очередь обслуживают правительство и не ставят своей задачей получение прибыли, а в основном вовлечены в исследовательскую деятельность, касающуюся общественных и административных функций.

с Предпринимательский сектор:

1. Все организации и предприятия, чья основная деятельность связана с производством продукции или услуг в целях продажи (отличных от услуг сектора высшего образования), в том числе находящихся в собственности государства;

2. Частные неприбыльные (некоммерческие) организации, в основном обслуживающие вышеназванные организации.

с Высшее образование:

1. Университеты и другие высшие учебные заведения, независимо от источников финансирования или правового статуса;
2. Научно-исследовательские институты, экспериментальные станции, клиники, находящиеся под непосредственным контролем или управлением или ассоциированные с высшими учебными заведениями;
3. Организации, непосредственно обслуживающие высшее образование.

с Частный неприбыльный (некоммерческий):

1. Частные организации, не ставящие своей целью получение прибыли (профессиональные общества, союзы, ассоциации, общественные, благотворительные организации, фонды); кроме фондов, более чем на половину финансируемых государством, которые относятся к государственному сектору;
2. Частные индивидуальные организации.

2.2 Венчурный бизнес

Среди организационных структур инновационного менеджмента особая роль принадлежит малым фирмам.

Для рыночной экономики характерно распространение рыночных отношений на все хозяйственные сферы. Поэтому инновация рассматривается как товар.

Американская практика организации поисковых исследований породила своеобразную форму предпринимательства - рисковый (венчурный) бизнес.

Венчурный бизнес - это бизнес, ориентированный на практическое использование технических и технологических новинок, результатов научных достижений, еще не опробованных на практике [5, с.73].

Венчурный бизнес представлен самостоятельными небольшими фирмами, специализирующимися на исследованиях, разработках, производстве новой продукции. Их создают ученые-исследователи, инженеры, новаторы. Он широко распространен в США, Западной Европе, Японии.

Венчурные фирмы 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.

Венчурные фирмы могут быть дочерними у более крупных фирм. Количество сотрудников небольшое.

Функции инновационного менеджера выполняются либо традиционным менеджером, либо специалистом, приглашенным со стороны. Например, из консалтинговой фирмы.

Создание венчурных фирм предполагает наличие следующих компонентов:

1. идеи инновации - нового изделия, технологии;
2. общественной потребности и предпринимателя, готового на основе предложенной идеи организовать новую фирму;

3. рискового капитала для финансирования подобных фирм.

Венчурное финансирование - финансирование новых предприятий и новых видов деятельности, которые традиционно считаются высоко рискованными, что не позволяет получить для них финансирование в виде банковского кредита и других общепринятых источников.

Венчурное финансирование осуществляется в двух основных формах:

1. путем приобретения акций новых фирм;
2. посредством предоставления кредита различного вида, обычно с правом конверсии в акции.

Венчурный капитал - долгосрочные инвестиции, вложенные в ценные бумаги или предприятия с высокой или относительно высокой степенью риска, в ожидании чрезвычайно высокой прибыли.

Венчурный капиталист - лицо, инвестирующее деньги в новые предприятия.

инновационный менеджмент венчурный финансирование

Венчурный банк- банк, созданный для кредитования рискованных проектов-разработок с неопределенным или весьма отдаленным по времени эффектом. В случае успешного осуществления проектов венчурный банк получает часть учредительского дохода, определенную долю прибыли от внедрения инновации.

Венчурный капитал представляет собой вложение средств не только крупных компаний, но и банков, государства, страховых, пенсионных и других фондов в сферы с повышенной степенью риска, в новый расширяющийся или претерпевающий резкие изменения бизнес.

В отличие от других форм инвестирования, данная форма обладает рядом специфических черт, а именно:

1. Долевое участие инвестора в капитале компании в прямой или опосредованной форме.
2. Предоставление средств на длительный срок.
3. Активная роль инвестора в управлении финансируемой фирмой.

В США, стране с высоким уровнем развития рискового капитала, его основными сферами приложения являются начальные этапы развития бизнеса (подготовительный и стартовый периоды), на которые приходится 39,2% венчурных инвестиций.

Рассмотрим виды венчурных предприятий:

1. Собственно рисковый бизнес.
2. Внутренние рисковые проекты крупных корпораций.

В свою очередь собственно рисковый бизнес делится на два основных вида хозяйствующих субъектов:

Первый вид - независимые малые инновационные фирмы.

Второй вид - предоставляющие им капитал финансовые учреждения.

Малые инновационные фирмы основывают ученые, инженеры, изобретатели, стремящиеся с расчетом на материальную выгоду воплотить в жизнь новейшие достижения науки и техники. Первоначальным капиталом таких фирм могут служить личные сбережения основателя, но их обычно не хватает для реализации

имеющихся идей. В таких ситуациях приходится обращаться в одну или несколько специализированных финансовых компаний, готовых предоставить рисковый капитал. Подобных компаний в середине 80-х годов, например, в США существовало более 500.

Внешние венчуры - малые независимые внедренческие фирмы, которые включаются в сферу деятельности крупных корпораций путем предоставления им финансовых средств, консультаций, экспериментальной базы и т. д.

Специфика рискового предпринимательства заключается прежде всего в том, что средства предоставляются на безвозвратной, беспроцентной основе, не требуется и обычного при кредитовании обеспечения.

Переданные в распоряжение венчурной фирмы ресурсы не подлежат изъятию в течение всего срока действия договора. Возврат вложенных средств и реализация прибыли происходит в момент выхода ценных бумаг фирмы на открытый рынок. Величина прибыли определяется разностью между курсовой стоимостью принадлежащей рисковому инвестору доли акций фирмы-новатора и суммой вложенных им в проект средств. Эта доля оговаривается в заключенном контракте и может достигать до 80%. По существу, финансовое учреждение становится совладельцем фирмы-новатора, а предоставленные средства - взносом в уставный фонд предприятия, частью собственных средств последнего.

Для российской экономики привлекательно венчурное предпринимательство.

Успехи рискового предпринимательства в разработке научно-технических новшеств заставили отдельные крупные промышленные предприятия Военно-промышленного комплекса (ВПК) Российской Федерации, как и за рубежом, пойти на внутренние рисковые проекты или внутренние венчуры.

Внутренние венчуры - малые внедренческие фирмы, выделяемые из структуры корпораций на период создания и освоения новации.

Они представляют собой небольшое подразделение, организуемое для разработки и производства новых типов наукоемкой продукции и отбор и финансирование предложений, поступающих от сотрудников корпорации или независимых изобретателей, ведутся специализированными службами. В случае одобрения проекта автор идеи возглавляет внутренний венчур. Такое подразделение функционирует при минимальном административно-хозяйственном вмешательстве со стороны руководства.

В течение обусловленного срока внутренний венчур должен провести разработку новшества и подготовить новый продукт или изделие к запуску в массовое производство. Как правило, это производство нетрадиционного для данной фирмы изделия.

Внутренний рисковый проект должен служить и изысканию новых рынков. Если проект окажется успешным, подразделение может быть реорганизовано для массового выпуска данного изделия в рамках той же фирмы, продано другой или передано другим подразделениям.

Своеобразной промежуточной формой между чисто рисковым бизнесом и внутренними рисковыми проектами является организация совместных предприятий

нового типа, представляющих собой объединение мелкой наукоемкой фирмы и крупной компании. В рамках такого объединения мелкая фирма ведет разработку нового изделия, а крупная компания оказывает финансовую поддержку, предоставляет исследовательское оборудование, обеспечивает каналы сбыта, организует сервис и послепродажное обслуживание клиентов.

Главным стимулом для венчурных вложений является их высокая доходность в случае удачи. Средний уровень доходности американских венчурных фирм составляет около 20% в год, что примерно в 3 раза выше, чем в целом по экономике США.

Для уменьшения риска разрабатываются типовые схемы финансирования. За этот срок фирма-эксплерент должна добиться успеха, если ему суждено быть. Например, финансирование рассчитано на 48 месяцев.

Капиталовложения делятся на пять временных отрезков, исходя из двух правил:

1. Каждое новое вложение осуществляется только в том случае, если предыдущее себя оправдало. Это означает, что эксплерент существенно продвинулся в создании или коммерциализации продукта.
2. Каждое новое вложение больше предыдущего и осуществляется в более выгодных для эксплерента условиях.

Научно-технические разработки имеют приоритетное значение.

Однако инновационный бизнес не является занятием чистой наукой или изобретательством.

На Западе инновационные фирмы возглавляют инженер, являющийся автором технической стороны проекта, и менеджер, имеющий организационный и коммерческий опыт. Механизм такого союза формируется из-за скептического отношения крупных компаний к рискованным проектам.

Не получив возможности реализовать новшество на своем предприятии, менеджер увлекается новой идеей, оставляет прежнее место работы.

После этого он пытается реализовать эти идеи как независимый предприниматель. Степень реализации стратегии фирмы по достижению конкурентоспособности выпускаемой продукции во многом зависит от оптимальности организационной формы инноватора (фирмы). Если стратегия коммутантов ориентирована на местный рынок, то не стоит ей навязывать создание нового товара или освоение нового рынка за тридевять земель. В соответствии с классификацией Л. Г.

Раменского, выделяют 4 типа компаний (или типа стратегий) в зависимости от их целей: виоленты, коммутанты, пациенты, эксплеренты (рис. 2.1).

Рис. 2.1 Сегменты рынка для различных форм инноваторов

Далее рассмотрим эти компании более подробно.

2.3 Эксплеренты

Эксплеренты -- фирмы, специализирующиеся на создании новых или радикальных преобразований старых сегментов рынка.

Они занимаются продвижением новшеств на рынок.

Фирмы-эксплеренты получили название «пионерских». Они работают в «окрестностях» этапа максимума цикла изобретательской активности и с самого

начала выпуска продукции [2, с.51].

Венчурные фирмы и фирмы-эксплеренты создали условия для научно-технических сдвигов в современной западной экономике.

Фирмы-эксплеренты, как и венчурные, невелики по размерам. Эксплеренты - компании, цель существования которых заключается в постоянном выпуске радикальных новшеств. Это малые инновационные фирмы. У Фризевинкеля, они называются «первые ласточки». Особенность эксплерента состоит в том, что их инновационный потенциал включает в основном интеллектуальные ресурсы, с помощью которых разрабатываются инновационные продукты.

Финансового и материально-технического обеспечения эксплеренту не хватает, поэтому осуществить продвижение и масштабное распространение своей разработки он не в состоянии.

Эксплерентная (пионерская) стратегия связана с созданием новых или с радикальным преобразованием старых сегментов рынка, это первопроходцы в поиске и реализации революционных решений преимущественно 1-го хода.

Среди подобных фирм первопроходцы в выпуске персональных компьютеров (ЭППЛ, «Зенит», «Осборн» и другие), биотехнологии («Джинентек») и другие.

Сила эксплерентов обусловлена внедрением принципиальных нововведений, они извлекают выгоду из первоначального присутствия на рынке. Они в 85 случаях из 100 терпят крах, но за счет 15 случаев получают огромный технический, финансовый и моральный успех. Они являются двигателями научно-технического прогресса.

Девиз эксплерентов: «Лучше и дешевле, если получится».

Малое научно-техническое предпринимательство получает развитие и в России. Инновационные процессы в России требуют всесторонней поддержки, так как главной особенностью современного этапа развития науки, экономики, производства является инновационная направленность.

На территории Российской Федерации существуют около 15 тысяч структур, поддерживающих малый бизнес. Большинство из них создано или работает при содействии бывшего Госкомвуза (вошедшего в Министерство общего и профессионального образования РФ).

Высшая школа имеет около 800 малых фирм, объединенных в технопарки.

Целью технопарков является стимулирование малого инновационного предпринимательства.

Кроме технопарков, существуют бизнес-инкубаторы, имеющие целью реализацию любого, сулящего прибыль проекта. Бизнес-инкубаторы обычно патронирует банк, готовый инвестировать в некоторые проекты инкубатора рисковый капитал.

Эксплеренты - это фирмы-новаторы, осуществляющие начальные этапы инновационного процесса. В связи с дефицитом ресурсов «первые ласточки» нуждаются в финансовой поддержке. Если помощь предоставляется, то происходит стремительное развитие эксплерента. Эксплерент превращается в виолента. При отсутствии поддержки эксплерент быстро вытесняется с рынка, после чего возможными сценариями развития могут быть либо банкротство, либо утрата автономности (как и у пациентов). Превращение малой инновационной

деятельность, не испытывая дефицита финансовых ресурсов. А виолент получает доступ к ноу-хау подконтрольной компании.

Перед фирмой-эксплерентом (пионером) также возникает проблема объема производства, когда привлекательная для рынка новинка уже создана. Для этого эксплеренты заключают альянс с крупной фирмой. Эксплерент не может самостоятельно тиражировать зарекомендовавшие себя новшества. Промедление же с тиражированием грозит появлением копий или аналогов. Союз же с мощной фирмой (даже при условии поглощения и подчинения) позволяет добиться выгодных условий и даже сохранения известной автономии. Выбор такого партнера зависят от специфики потребителя.

При ориентации на узкий сегмент рынка - это будут Фирмы-пациенты.

2.4 Пациенты

Пациенты - фирмы, которые работают на узкий сегмент рынка и удовлетворяют потребности, сформированные под действием моды, рекламы и других средств. Они действуют на этапах роста выпуска продукции и одновременно на стадии падения изобретательской активности.

Пациенты - компании, специализирующиеся на выпуске уникальных новинок.

Пациент занимает узкую рыночную нишу и обслуживает нестандартных потребителей. Это крупные, малые или средние фирмы.

По Фризевинокелю, 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. Для компании-пациента характерно сосредоточение внимания на узком рыночном сегменте. Развитие компании происходит до границ сегмента. Далее перед пациентом открываются две возможности: либо осуществить диверсификацию, т. е. освоить новый вид деятельности и превратиться в виолента, либо постепенно уменьшать масштабы деятельности и затем уйти с рынка. Из-за узкой специализации своей деятельности пациент сильно зависит от рыночной конъюнктуры, что является слабой стороной «хитрой лисы». Другая проблема малой или средней фирмы-пациента заключается в опасности ее поглощения виолентом. 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. В таких фирмах целесообразна должность постоянного инновационного менеджера, призванного обезопасить их деятельность. Пациентная (нишевая) стратегия типична для фирм, вставших на путь узкой специализации для ограниченного круга потребителей. Свои дорогие и высококачественные товары они адресуют тем, кого не устраивает обычная продукция.

Их девиз: «Дорого, зато хорошо».

Они стремятся уклониться от прямой конкуренции с ведущими корпорациями. Эти фирмы называют «хитрыми лисами» экономики.

Для отечественных фирм эта стратегия может быть принята в качестве предпринимательской философии. Она призывает не бороться напрямую с ведущими корпорациями, а выискивать недоступные для них сферы деятельности. Такой подход серьезно повышает шансы слабого в соперничестве с сильными. Вероятно, в дальнейшем в пациенты превратятся многие наши передовые предприятия, в том числе бывшие оборонные.

Главная цель инновационного менеджера - снизить риск в жизнедеятельности фирмы и создать комфортные условия работы для сотрудников.

В сфере крупного стандартного бизнеса действуют фирмы-виоленты.

2.5 Виоленты

Виоленты - это фирмы, которые занимаются крупносерийными и массовым выпуском продукции для широкого круга потребителей, предъявляющих «средние запросы» к качеству и удовлетворяются средним уровнем цен.

Фирмы-виоленты - фирмы с «силовой» стратегией. Они обладают крупным капиталом, высоким уровнем освоения технологии. Виоленты работают в «окрестностях» максимума выпуска продукции. Их научно-техническая политика требует принятия решений о сроках постановки продукции на производство (в том числе, о приобретении лицензий): о снятии продукции с производства; об инвестициях и расширении производства; о замене парка машин и оборудования. Виолентная (силовая) стратегия характерна для фирм, действующих в сфере крупного, стандартного производства. Фундаментальный источник сил - массовое производство продукции хорошего (среднего) качества по низким ценам. За счет этого фирма обеспечивает большой запас конкурентоспособности.

Девиз фирм: «Дешево, но прилично» (но не «Дорого и плохо»).

К ним относятся большинство российских крупных промышленных предприятий.

Виоленты - крупные компании с массовым производством, развитой инфраструктурой и значительной научно-исследовательской базой. Деятельность виолентов ориентирована на массовый рынок и удовлетворяет массовые, стандартные потребности. 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. В инновационной сфере виоленты могут выступать в роли новатора и инноватора (в зависимости от этапа развития).

Этапы развития виолентов характеризует классификация швейцарского специалиста Х. Фризвинкеля. На начальном этапе виолент является «гордым львом». Компания активно развивается в выбранном перспективном направлении.

Однако высокая динамика развития «гордого льва» сопровождается неустойчивостью положения компании в молодой, развивающейся отрасли.

С течением времени развитие виолента замедляется, а его положение на рынке стабилизируется, «гордый лев» переходит в «могучего слона». «Могучий слон» -

фирма, обладающая широко развитой инфраструктурой, сетью филиалов. Наличие ресурсов и устойчивая конкурентная позиция позволяют «могучему слону» осуществлять инвестирование различных перспективных направлений. Виолент на этой стадии способствует продвижению востребованных рынком инноваций и извлекает максимальную прибыль из применения нововведения в различных отраслях экономики. Последняя стадия в эволюции виолентов - «неповоротливый бегемот». Виолент превращается в «неповоротливого бегемота» из-за чрезмерной диверсификации своей деятельности. Широко диверсифицированной компанией трудно управлять, появляются убыточные бизнесы, фирма теряет устойчивость. На данном этапе виолент должен предпринимать шаги по восстановлению своей финансовой устойчивости, включая действия по изменению структуры диверсифицированного портфеля. Как и фирмы-пациенты, виоленты прибыльны. Прибыльность - неперемное условие деятельности фирм. Они должны иметь должность инновационного менеджера и быть очень осторожны в изменении своей политики.

2.6 Коммутанты

Коммутанты - это фирмы, ориентированные на удовлетворение местно-национальных потребностей и действующие на этапе падения цикла выпуска продукции.

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. Научно-техническая политика коммутантов требует принятия решений о своевременной постановке продукции на производство, о степени технологической особенности изделий, выпускаемых виолентами, о целесообразных изменениях в них согласно требованиям специфических потребителей.

Коммутантная (соединяющая) стратегия преобладает при обычном бизнесе в местных (локальных) масштабах. Сила местного неспециализированного предприятия в его лучшей приспособленности к удовлетворению небольших по объему (а нередко и кратковременных) нужд конкретного клиента. Это путь повышения потребительской ценности не за счет сверхвысокого качества (как у пациента), а за счет индивидуализации услуги.

«Вы доплачиваете за то, что я решаю именно Ваши проблемы» - лозунг коммутантов. Виоленты и пациенты не всегда могут удовлетворить индивидуальные потребности, тогда на сцену выступают коммутанты, готовые использовать любую возможность для бизнеса. Они получили название «серые мыши». Повышенная гибкость коммутантов позволит им удерживать свои позиции в конкурентной борьбе. Инновационный менеджер такой фирмы должен хорошо разбираться в специфике покупателя товара, сложившейся ситуации на рынке, точно, оперативно и

достоверно превосходить возможные кризисы. Организационная схема управления фирмами зависит от их особенностей.

Заключение

Структура российской экономики в последнее время претерпевает существенные изменения. Наряду с экспортно-ориентированными сырьевыми отраслями промышленности приоритет отдается предприятиям, производящим наукоемкую продукцию. Хотя последних и незначительное количество, но наблюдается тенденция к увеличению их доли в структуре российской экономики. Этому способствует грамотная государственная политика в области инноваций.

Инновационный путь развития в современной экономике признан магистральным и даже единственно возможным для упрочения позиций в условиях истощения природных ресурсов и усиливающейся международной конкуренции.

Отечественные специалисты и руководители еще не имеют достаточного опыта управления инновационными процессами, вследствие чего не рассматривают инновации в качестве фактора повышения конкурентоспособности своих компаний.

Список использованной литературы

1. Аверченков В. И. Инновационный менеджмент: учебное пособие / В.И.Аверченков, М.: Феникс, 2011. 374 с.
2. Базилевич А.И. Инновационный менеджмент предприятия: учебное пособие / А.И. Базилевич, М.:Юнити-Дана, 2012. 362 с.
3. Беляев Ю.М. Инновационный менеджмент / Ю.М. Беляев, М.: Дашков и К, 2013. 386 с.
4. Герасимова Е. А. Проблемы теории и практики предпринимательства/ Е. А. Герасимова// Проблемы современной экономики. 2010. № 2 (34).- С. 32-34.
5. Гершман М. А. Инновационный менеджмент: учеб.Пособие. / М.А.Гершман. М.: Маркет ДС, 2008. 265 с.
6. Гудков И. Б. Методические рекомендации по организации инновационной деятельности на промышленных предприятиях / И.Б. Гудков, М.: Интра, 2012. 352 с.
7. Драчик Н.В. Сущность инновационной деятельности и ее значение для развития современной экономике // Проблемы в современной экономике. 2013. №2 (46). С. 72-75.
8. Максимов Н. Н. Основные принципы и задачи инновационной деятельности организаций в современных условиях [Текст] / Н. Н. Максимов // Молодой ученый. 2013. №10. С. 344-347.
9. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. Минэкономразвития России: [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru>.
10. Старовойтенко О. А. Курс лекций по «Инновационному менеджменту» / О.А. Старовойтенко О.А. М.:Интер, 2012. 278 с....