

ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ И ТИПЫ КОНКУРЕНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Главным критерием для успеха инновационной деятельности организации является выбор правильной стратегии. Если организация не сможет предвидеть будущие изменения рынка, то она может оказаться в кризисе.

Стратегия — это всесторонний комплексный план достижения поставленных целей.

А инновационной стратегией является одно из средств достижения целей организации, отличающееся от других средств своей новизной, прежде всего для данной организации и, возможно, для отрасли, рынка, потребителей.

К инновационным стратегиям относятся:

- Инновационная деятельность направлена на получение новых технологий, услуг и продуктов;
- Использование новых организационных структур;
- Введение в производство новых видов ресурсов и новых подходов к использованию привычных ресурсов;
- Применение новых методов в управлении, НИОКР, маркетинге и т.д.[1]

В мире существует около 8 видов инновационных стратегий:

1. Наступательная: представляет собой стратегию с высоким риском и с высокой окупаемостью в случае успеха на рынке. Требованиями при наступательной стратегии являются высокая квалификация кадров и умение в кратчайшие сроки воплотить новые потребности рынка. Она характерна для крупных конкурирующих между собой организаций, но также ей могут воспользоваться и более мелкие фирмы, направленные на один инновационный проект.

2. Защитная либо оборонительная: данная стратегия приемлема для крупных организаций с приоритетным научно-техническим потенциалом по отношению к конкуренту, их внимание более сконцентрировано на разработки уже существующего технического прогресса, также они имеют устойчивую рыночную позицию. В защитной стратегии меньше рисков, чем в наступательной, она направлена на быстрое внедрение нововведений, что является реакцией на действия конкурентов.

3. Поглощающая: базируется на приобретении научно-технического исследования других организаций в результате НИР. Все лидирующие компании используют не только свои исследования, но и исследования других компаний приобретая у них лицензию.

4. Промежуточная: она направлена на поиск новой рыночной сферы. Направлена на избежание прямой конкуренции, а также на анализе слабых сторон конкурента с учётом своих сильных сторон. Применяется в организациях малого инновационного бизнеса.

5. Создание нового рынка: связано с кардинальными инновациями. При этой стратегии имеются все шансы на получение высокой прибыли с минимальными рисками. Такие нововведения редкость, но они имеют место быть на ранних стадиях существования рынка либо отрасли.

6. «Разбойничья»: при применении данной стратегии рыночные лидеры не расположены продвигать новшества, так как это может создать угрозы их позициям. Такая стратегия дает возможность внедрять новые передовые технологии сильным в производственном и технологическом отношении, но не имеющим стабильности на рынке организациям для предложения нового продукта в тот момент, когда это новшество уменьшает общий объем рынка. Поэтому для организации лучше использовать «разбойничью» стратегию для устойчивого успеха в том случае, когда после выхода на рынок начнут использовать наступательную стратегию.

7. Привлечение специалистов: эта стратегия позволяет приобрести новые знания, навыки, а также в некоторых случаях и ноу-хау с минимальными затратами. Многие предприятия сами не занимаются активным переманиванием специалистов из соображений этики и предпочитают обращаться к помощи специальных агентов.

8. Приобретение компаний: этой стратегией пользуются крупные организации в отношении к малым фирмам, разрабатывающие перспективные стартовые проекты.[2]

Типы конкурентного поведения фирмы:

Венчурное - современные малые фирмы представляют собой гибкие и мобильные структуры, использующие изобретательскую активность. Главное их преимущество – большая скорость разработки проекта, с которой не могут конкурировать крупные предприятия

Особенность: сами не занимаются организацией производства продукции, а передают свои разработки другим фирмам и поэтому, как правило, неприбыльны. Часто венчурные фирмы являются дочерними у более крупных фирм.

Эксплерентное - среднее и мелкое предприятия выходят на рынок с принципиально новым продуктом, образуя впоследствии новую отрасль.

Особенность: будучи создателями радикальных нововведений, отличаются своей целеустремленностью, высоким профессиональным уровнем сотрудников и лидера, большими расходами на НИОКР, результатами которых являются качественно новые продукты и технологии. Организациями-эксплорентами могут быть венчурные фонды (внешние венчуры), технологические центры и парки

Виолентное - крупные компании, осуществляющие массовое производство и работающие на рынке со своей или приобретенной новой продукцией, опережают конкурентов за счет серийности производства и эффекта

масштаба

Особенность: осуществляют программно-целевую научную деятельность, результаты которой предсказуемы. Они являются стержнем современной экономики несмотря на то, что подвергаются критике за консерватизм и бюрократизацию. Для этих компаний важное значение имеет постоянное усовершенствование продукции и сокращение издержек на ее производство за счет перехода на ресурсосберегающие технологии

Коммутантное - мелкие предприятия осуществляют распространение новшеств, созданных другими инновационными организациями, приспособлявая их к требованиям местного рынка

Особенность: удовлетворяют локальные и групповые потребности покупателей местных рынков или даже индивидуальный спрос. Коммутанты также активно содействуют диффузии нововведений за счет имитационной деятельности и предоставления новых видов услуг, созданных на базе новых технологий.[3]

Выбор инновационной стратегии предприятия – одна из важнейших проблем управления нововведениями. Результаты многочисленных исследований подтверждают, что стратегия внедрения нововведений, выбираемая предприятием, лежит в основе успеха фирмы на рынке.

Список использованной литературы

1. Инновационные стратегии и типы инновационного конкурентного поведения фирм (патенты, эксплеренты, виоленты, коммутанты). [Электронный ресурс] URL: <https://studfiles.net/preview/3575044/page:7/> (Дата обращения 24.10.2019)

2. Инновационные стратегии предприятия [Электронный ресурс] URL: <https://econ.wikireading.ru/10577> (Дата обращения 26.10.2019)

3. Типы конкурентного поведения фирмы. предприятия [Электронный ресурс] URL: <https://studfiles.net/preview/2774784/page:54/> (Дата обращения 28.10.2019)