|  |  |
| --- | --- |
| **1. Инноватика: содерж., осн.понятия**.  Инноватика-наука о закономерностях инновац. процессов в эк-ке.  Содержание инноватики: 1.Закономерности инновац. развития; 2. Деловые циклы и технологич.уклады; 3.Понятие новации (разработка на базе новой идеи), инновации (результат творч. деят-ти не только направленной на совершенст. существ. сис-мы, но и реализацией на практике), их осн. св-ва; 4.Хар-ка и этапы осуществл. инновац.процессов; 5.Факторы определяющ. их результ-ть; 6.Виды эффектов в инновац.сфере. Основные понятия: Инновац.деят-ть-. комплекс работ, включ. поиск и отбор инновац. идей, разработ. на основе новшеств, а также внедрение, тиражирование инноваций. Жизненный цикл инноваций- совокупность стадий от разработки продукта до его вывода на рынок и последующего устаревания. Жиз.цикл товара; жиз.цикл технологии. В соврем.концеп. инноватики выдел.: инновации-продукты- инновац. измен. в материализов. виде; инновации-процессы- инновац. измен. в процессе или стр-ре выпол. определ. операций. (Новация –разработка на базе нов. идеи. Инновация- ре-т творч. деят-ти не только направл. на соверш. существ. сис-мы, но и реал-цией на практике.) | **2. 4 науч.подхода к разв. ИМ**  В разв. инновац. менеджмента как науки выдел. 4 этапа:  1.Факторный подход. хар-ные особен-ти: наука и техника – осн. фактор эконом. разв. страны; управление инновац. процессами базирует. на исследов. статистич. факторных моделей, нормировании трудоемкости, материала и фондоемкости, а также НИОКР. 2.Функциональный подход. особ.: рацион. разделение труда; специал-ция управленч. функций; использ. методов сетевого планирования и оптимизации моделей. 3.Системный подход. особ.: рассмотр. пред-тия в кач-ве сплошной орг. сис-мы из взаимосвязанных эл-тов; учет факторов –внешний, конкурентный и внутр. организц.сред, влияющ. на инновац. процесс. 4.Ситуационный подход. особ.: систиматиз. наиболее вероят. вариантов практич. реал-ции инновац. процессов; анализ внешних и внутр. факторов определ. успех инноваций. |
| **3. Теория ин.развития Кондратьева**  В основе инноватики лежит волновая теория Ник.Дмит.Кондратьева. Он выявил наличие длинных конъюктурных волн в эконом. разв. общества, и определяя развитие эк-ки как неравномерный и циклич.процесс. В соот. с теорией любая эконом.сис-ма харак-ется с чередованием периодов подъема и спада в своем развитии. Цикл выявлений К. длится около 50лет–длинные волны. Они включ.:сезонные циклы(менее 1г.); короткие(3-4г); средние(7-11).  К.сделал выводы: 1.Перед началом повышат.волны каждого больш.цикла происх. преобразов. социально-эконом. пр-сов, кот. выраж. в повыш. значимых научных открытий, технич.изоб-ний и изменений в сфере производства и обмена. 2.Период подъема сопровожд. пружинными социальными потрясениями (война, революция). 3. Понижательные волны цикла связаны с длительной депрессией с/хоз-ва. | **4. Теория ин.развития Шумпетера**  Понятие «инновация» в эк.науку введено Шумпетером, кот. рассматривает инновацию, как ср-во предложения эк.кризисов на основе теории длит.волн Кондратьева, он выявил новую возмож. вывода произ-ной сис-мы из кризиса, связана не с ростом масштаба деят-ти или сокращ. издержек, а с изменен. в хоз-ном процессе за счет внедрения инноваций. По Ш., пред-тие с помощью нововведений может использ. новые конкурент. приемы, отличные от преж. ценовых форм конкуренции. Под нововвед. Ш. понимал новые комбинации и измен. в развитии и выделил 5 случаев нов-ний: 1.введение нов.продукта; 2.внедрение нов.метода произ-ва; 3.открытие нов. рынка, на кот. данная отрасль пром-ти не была представлена; 4.открытие нов. источника сырья; 5.внедрение нов. орган-ной стр-ры в такой же отрасли. Ш. введено понятие «кластера инноваций» - совокупности базисных ин-ций, реализуемых в единый момент времени. Нов-ния, по его мнению, появл. не равномерно, а кластерами, а стимулом служат науч. открытия. |
| **5. Понятие новация, инновация, основные св-ва.**  В общем поним. под инновацией подразум-ся осуществл. изм-ний путем внедрения чего-либо нового. В рамках данного подхода, спец-ты определ. нововвед., как рез-т творч. деят-ти, либо как процесс внедрения нов. тех-гий. В узком смысле ин-ция – нов. технич. реш-ние, апробированное на практике. Оф. российские док-ты трактуют ин-цию, как конеч. рез-т инновац. деят-ти, реализ-ной в виде нового или усовершенств. технологич. процесса. В рамках орг-ции эконом. сотруд-ва для системного описания ин-ций, было разраб. руков-вом ФРАСКАТИ. Послед. редакция этого руков-ва принята в 1993г. Глав. особен-тью ин-ции явл. получ. коммерч. выгоды от практич. использ-ния. Выгода может быть прямой (жив. деньги) или косвенной (долгосроч. конкурентные преимущества). Новшества, рпзработанные, но не внедренные на практике назыв. новацией. В условиях рынка признаком ин-ции счит. их потребит. новизна, при этом прод-ция (услуга) должна быть нов. для конкрет. потреб-ля (рынка), а не обладать глобальной новизной. | **6. Связь инновации с рынком**  В условиях рынка признаком ин-ции счит. их потребит. новизна, при этом прод-ция (услуга) должна быть нов. для конкрет. потреб-ля (рынка), а не обладать глобальной новизной. Ин-ция тесно связ. с рынком, кот. выступает побудительным мотивом к их появлению. Конкур-ция стимул. пред-тие разраб-ть в внедрять новинки, либо для удерж. рыноч. позиций, либо для основания нов. ее эл-та. Связь ин-ции с рынком взаимообусловленная, т.е. неудовлет. спрос рождает созд. и внедр. новшества, в свою оч. появл. ин-ции на рынке изменяет баланс спроса и предлож., формирует нов. рыноч. потреб-ти, что формирует нов. ин-ции. Около 90% ин-ций при выводе на рынок им не восприним., т.к. существ. множ-во факторов, влияющ. на эффек-ть продвиж. нововв-я и затрудн. прогнозиров. масштабов его распространения. |
| **7. Классификация инноваций**  1.по инновац. потенциалу. различ. базисные -принцип. нов. решения, формирующ. нов. отрасль, создаются на основе науч. открытия (телефон-сот. тел.); модифицированные ин-ции – существ. изменения базис. новов-ний, улучш. хар-ки модели, но не измен. принципы (катушеч.-кассетный маг-фон); псевдоинновации - решения представ. собой незначит. изм-ние базиса, зачастую сомнит. потребности (чайник с 2-мя нос). 2.по источнику появления: научно-технич. прогресс, общество, потребность пред-тия. 3. по предмету инноваций: продукт, процесс. 4.по масштабу: предприятие, отрасль, национал.эк-ка. 5.по способу разработки: привлеч. внеш. разработчиков, разработка на собст. пред-тии. 6.по хар-ру удовлетворения потреб-тей: удовлет. нынешней потреб. формирующ. нов. запросы. 7.по цели создания: стратегические- при внедр.кот., фирма расчит. на доп. кокурент. преимущ. в будущем, направл. на формиров. нов. потребностей и позвол. фирме обогнать кокурен-в вотрасли и временно монополиз-ть; реактивные- обеспеч. выжив. пред-тия, т.е. это новов-ние осуществл. в ответ на действия конкурента. | **8. Структура инновационного процесса**  Инновац. процесс состоит из стадий созд. новации и коммерциализации инновации. Этап созд. включ. фундаментальные и приклад. иссл-ния, а также разработку опытного образца. На этой стадии осуществл. научно-технич. деят-ть, в рез-те кот. идея обретает материал. форму. Коммерциал-ция – превращен. новшества в ин-цию по средствам внедрения на рынок, использов. и получ. экономич. эффекта. Этап ком-ции включ. фазу внедрения (размещение на рынке опытного образца), а также диффузию, под кот. понимают процесс масштабн. распростр-ния и испол. в различ. отраслях. Этапы инновац. процесса связан. с разработкой и первонач. размещ. на рынке, явл. капиталоемкими и хар-ся повышенными рисками. Жизненный цикл ин-ций охватыв. целый ряд взаимодейств. орг-ций: НИИ, Финансовых и венчурных фирм. Это так называемый глобальный инновац. цикл. |
| **9. Эффективность инновац. процесса**  зависит от ряда факторов: 1.иновац. потенциал орг-ции – характеризует способ. компании к осуществл. новов-ний. 2. направление инновац. деят-ти. Коммерч. успех новов-ния завис. от правил. направления разработки.3.скорость осуществл. инновац. процесса. Ее хар-ет инновац. лаг – временной интервал от момента возник. ин-ной идеи до момента возврата инвестиций. Он определ. результ-ть процесса новов-ний. 4.маркетинговая стратегия фирмы осущест. на различ. стадиях иннов. деят-ти, т.к. позволяет уменьшить риск отторжения новов-ния. На этапе зарожд. иннов. идеи марктинг. исслед-ния заключ. в анализе рыноч. сит-ции и нахожд. сигмента рынка не занятого фирмой конкурентом. На основе этих данных определ. напрвл. иннов. процесса, а в ходе исслед.на послед. этапах процесс новов-ний м.б. скорректирован. На заключ. стадиях ин. деят-ти маркетинг. ис-ния позвол. выявить оптим. формы коммерциал-ции, опред. самый благоприят. момент выхода на рынок и разработать формы ценового продвижения. | **10. Основные субъекты инновац. деятельности**  Основ. субъектами явл.: новатор- осуществл. поиск иннов. идей и разработку новшеств на их основе; инноватор- осущест. внедрение и коммерц-цию новшества на рынке (ФПГ, концерны и внедренч. фирмы); инвестор- осуществл. финансиров. как на этапе разработки, так и на этапе внедрения (гос. и коммерч. банки, инвестиц. и страх. компании, пенсион. фонды, част.лица). Пред-тие может осуществл. разработку и продвижен. инновации используя собств. рес-сы, однако такая деят-ть в рамках круп. пред-тий сопряжена с трудностью сочетания выс. риска проекта и текущ. деят-тью. Поэтому для сниж. влияния факторов риска начал. этапы инновац. процесса рекомен. делигировать малым иновац. ком-ям. |
| **11. Инновац. инфраструктура: содержание и задачи**  Результ-ть процесса новов-ния зависит от деят-ти фирм, определяющ. инновац. инфрастр-ру. Их основ. ф-ция – поддержка инновац. активности промыш. пред-тий, а также организ. сопровождения процессов создания и внедрения новшеств. Инфраструктуру определяют: центры НТИ, патентные бюро, бизнес-инкубаторы, технопарки, юридич. фирмы. Функциониров. инновац. инфрастр-ры направлено на реш. след. задач: 1.информ. обеспеч. иннов. деят-ти (создание базы данных о спросе и предлож. на инновац. продукт); 2.экспертиза инновац. проектов (с обязат. проработкой научно-технич., экологич. и социальн. эффек-тью); 3.финансово-эконом. обеспечение; 4.правовая охрана интересов (услуги по патентованию интел. соб-ти); 5.продвиж. рез-тов инновац. деят-ти (рекламная и выстав. деят-ти, а также лицензирование); 6.подготовка специалистов в области инновац. менеджмента. | **12. Мотивы нновац. деятельности фирм**  Основ. мотивом явл. получ. дополнит. конкур-ных преимуществ, а именно:  1.преимущество стратегич. хар-ра: созд. благоприят. деловой репутации; обеспеч. развития пред-тия за счет расшир. рынков сбыта. 2.увелич. рентабельности пред-тия, в следствие: врем. монопол-ции рынка и возможности получ. сверх прибыли от реализации радикальных новинок; увеличение доли продукта на рынке. 3.снижение издержек хоз. деят-ти, в следствие: реструктуризации деят-ти; экономии энергетич. и сырьевых рес-сов; снижении кол-ва брака. 4.специальные выгоды и льготы: льготное налогооблаж. и кредитование; информац. поддержка со стороны гос. и частных структур. |
| **13. Государственная инновац. политика**  Основы гос-ной инновац. пол-ки РФ изложены: Концепция инновац. пол-ки РФ на 2001-2005гг.; Основы пол-ки РФ в области развития науки и технологий на период до 2020г. В соотв. с вышеуказ. док-ми главными напр-ми в гос. инновац. пол-ке в России явл.: 1.акумулирование инвестиц. рес-сов для фин. приоритетных направ-ний научно-техн. и инновац. деят-ти ( за счет как гос., так и частных стр-р); 2.формир-ние и соверш-ние законодат-ного обеспечив. инновац. процессов, в том числе патентная защита; 3.развитие эконом. стимулиров. инновац. деят-ти на пред-ях различ. форм соб-ти через сис-му налоговых льгот; 4.формиров-ние инновац. инфрастр-ры; 5.создание благоприят. климата для поддержки инновац. деят-ти на малых пред-ях.  Для реал-ции этиах направл. образ. фонды обеспеч. поддержку, в частности Рос.Фонд Фундаментальных исследов. (РФФИ) с 1994г. – предоставл. безвоздмезные целевые суб-дии для поощрения разв. перспектив. направл. науки. С 2000г. – Венчурный инновац. фонд – финансирует высокориск. научно-технич. проекты. Правовая база инновац. деят-ти: Фед.Закон №127 от 23.08.96г. «О науке и гос. научно-технич. пол-ки» - опред. основ. ф-ции гос. стр-р; ФЗ №535 от 23.12.99г. «О гос. инновац. пол-ки» - определ. формы гос. поддержки инноваторов, включая предоставл. льгот и т.д.; «Патентный закон РФ» - условия и порядок предоставл. охраны объектам интеллектуал. соб-ти (изобретения, полезные модели и промыш. образцы); «Закон об авторск. праве и смежных правах»- регламентирует защиту прав на рез-ты творч. деят-ти (МУЗЛИТХУД), также ФЗ о статусе наукограда, Указы президента и постановления правительства. | **14. Налоговое регулирование инновац. деятельности** (данные 2006г.)  В Р. предусмотрен ряд льгот по налогооблаж. субъектов инновац. деят-ти.  1.ИНК- инвестиц. налоговый кредит- предоставление отсрочки налог. платежей с послед. поэтапной уплатой суммы кредита и процентов. ИНК предоставл. по налогу на прибыль орг-ции, при: проведении НИОКР, либо технич. перевооруж. произ-ва; при выполнении особо важного заказа по социально-экономич. развитию региона (на основ. ходатайства от органов испол. власти). 2.льготы по налогам на добавл. ст-ть (НДС) от его уплаты освобожд.: выполнения НИОКР учреждениями образования и науки на основе хоз. дог-ров; выполнение НИОКР за счет ср-в бюджета и РФФИ. 3.льготы по земельному налогу. 4.уменьшение налогооблаг. базы на сумму затрат, связан. с изобретательством и рационализаторством. |
| **15. Сущность инновац. проекта**  Под инновац. проектом понима-ся процесс целенаправл. изм-ния или созд-ние нов. социально-эконом. сис-мы. Он представ. собой сис-му взимо связан. по рес-сам срокам и исполнит. мероприят-ям, направл. на достиж. конкретной цели. Одной из форм ИП явл. исследов. проекты, под кот. поним-ся разработан. план направл. на реш-ние теоритич. и практич. задач, имеющ. народно-хоз. или сугубо отраслевое значение. Проекты имеют различ. уровни научно-технич. значимости: модернизационный, когда базовая тех-гия корд-но не измен.; новаторский, когда констр-ция нов. изделия по виду своих эл-тов существенно отлич. от преж.; опережающий- констр-ция основана на опереж. технич. реш-ях; пионерный уровень- появл. ранее не существ. материалы, констр-ции и техн-гии, выпол. как прежние, так и нов. ф-ции. | **16. Этапы создания и реализации инновац. проекта**  Кажд. пр-т в независим. от слож-ти и времени испол-ния проход. в своем разв. опред. сост-ния назыв. фазами, кажд. фаза имеет свои цели и задачи. 1.Прединвестиц. фаза: 1.Прединвестиц. исследов. и планиров. проекта: изуч. прогнозов; анализ услов. для воплощ. замысла и разр-ка концепции; предпроект. обоснов. инв-ций; выбор и согласов. места размещения; экологич. обоснов-е; экспертиза. 2.Разраб. док-тов и под-ка к реал-ции: 1.раз-ка проктно-изыскат. планов; разр-ка ТЭО; экспертиза и утверж. ТЭО; выдача задания на проектир-ние; принятие окончат. реш-ния об инвестир-нии. 2.Инвестиц. фаза: 1.Провед. торгов и заключ. контракта: заключ. кон-тов; дог-ры на постав. оборуд.; дог-ры на подряд. работы; разраб. планов по конкрет. подраздел. 2.Реал-ция проекта: разраб. плана реал-ции проекта; разраб. графиков; поэтап. выпол. работ; мониторинг и контроль; коррек-ка плана проекта; оплата выпол. работ. 3.Заверш. проекта: пусконаладоч. работы; пуск объекта; анализ рез-тов; эксплуат-ция; ремонт и разв. произ-ва; закрытие проекта и демонтаж оборудов. |
| **17. Базовые критерии ИП**  1. Социально-эконом. хар-ки: 1.социальные (кач-во жизни); 2.вклад в реш-ние важ. проблем страны (обеспеч. населения теплом и энергией; продовольствием; медикаментами и мед. услугами; транспортом и связью); 3. повыш. экономич. эффек-ти; 4.рыноч. параметры (конкурентноспособ. прод-ции на вонутр. и внеш. рынках). 2.Обеспечение национ. безопасности: 1.вклад в обороноспособ. РФ; 2.вклад в экологич. безопасность. 3. Научно-технич. хар-ки: 1.конкурентноспособ. отечеств. ноу-хау; 2.вклад в поддержку лидирующ. положения Р. науки и промыш. в мире; 3.вклад в круп. технологич. сдвиги (высокая степень реализуемости проекта (налич. кадров, задела, эксперемент. базы)). 4.Экономич. хар-ки: 1.затраты на проект (НИР, ОКР, капиталовлож. в создание произ-ва, окупаемость затрат); 2.ожидаемая прибыль (размер, время начала получения, рентабельность). | **18. Принципы оценки ИП.**  1.Цели, стратегии и ценности пред-тия: 1.совместимость проекта с текущей стратегией; 2.согласов. проекта с представл. потребителей о вашем пред-тии; 3. соответствие проекта отношению пред-тия к риску. 2. Маркетинг: 1.соотв. проекта нынешн. потреб-ям рынка; 2.оценка общей емкости рынка и вашего сигмента; 3.вероятность коммерч. успеха; 4.возможный объем продаж; 5.оценка конкурентов; 6.обществен. мнение о нов. продукте. 3.НИОКР: 1.соотв. проекта иннов. стратегии пред-тия; 2.ст-ть и время разработки проекта; 3.отсутсвие патентных нарушен.; 4.наличие научно-технич. рес-сов; 5.возможность буд. разработок продукта и дальнейш. применение внедр. технологий; 6.согласов. с др. инновац. проектами данного пред-тия; 7.налич. вредных воздействий продукта или процесса его произ-ва на окруж. среду. 4.Финансы: 1.ст-ть НИОКР; 2.затраты на произ-во; 3.ст-ть маркетингов. ис-ний; 4.налич. фин. рес-сов в опред. промежутки времени; 5.согласов. с фин-нием др. проектов орг-ции; 6.ожидаемая норма прибыли; 7.соот-вие проекта критериям эф-ти фин. вложений принятым на пред-тии. 5.Произвводство: 1. соотв-вие численности и квалиф. научно-производ. персонала для реал-ции данного проекта; 2.согласов. проекта с имеющ. произ-ными мощностями; 3.ст-ть и наличие необ. сырья, материалов и комплектующих. |
| **19. Показатели эффективности ИП.**  Методич. рекомен-ми по оценке нвестиц. проектов утвержденными МИНФИН в 1994г. установл. след. основ. показ. эф-ти ИП: Коммерческая эф-ть – учитыв. фин. последствия для участников проекта. Опред. соотнош. затрат и рез-тов обеспечив. требуемой нормой доход-ти и расчит. как для проекта в целом, так и для отдел. участников с учетом их вкладов; Бюджетная эф-ть – учитыв. влияние проекта на доходы или расходы бюдетов всех уровней. Основным показат. явл. так называемый бюжет. эффект, определ. как превыш. дохода над расходами в связи с его осуществл.; Народно-хозяйств. экономич. эф-ть – отражает эф-ть проекта с точки зрения всей страны, отдел. регионов и отраслей. При расчетах в состав рез-тов проектов включается (в стоимостном выражении): конечные, произ-ные рез-ты (выручка от реал-ции на внутр. и внеш. рынках); социал. и экономич. рез-ты (расчит. исходя из совместного воздейств. всех участ. проекта на здоровье населения, социальн. и экологич. ситуации); прямые фин. рез-ты; кредиты и займы иностр. гос-в. Необходимо учитывать также косвен. фин. рез-ты: обусловл. осуществл. проекта, изменением дохода граждан, рыноч. ст-ти жилья и земли, а также затраты на ликвид-ть и консервации произ-в. | **20. Коэффициенты инвестиц. деятельности.**  Коэф-т эф-ти инв-ций опред. путем деления средней год. прибыли на сред. величину инв-ций. В расч. приним. среднегод. чистая прибыль (балансов. прибыль минус отчислен. в бюджет). Сред. вел-на инв-ций выводит. делением исходной вел-ны инв-ций на 2. Если по истеч. срока анализ проекта предполаг. налич. остаточной ст-ти, то она должна быть исключена: коэф-т эф-ти инвест-ций= среднегод. чистая прибыль/ (сумма инв-ций - (минус) остаточ. ст-ть основ. фондов). Получ. коэф-т целесообразно сравнить с коэф-том эф-ти всего капитала: эф-ть капитала = общая чистая прибыль/общ. сумма сложен. ср-в. Преимущ. метода явл. простота и наглядность расчетов, возмож. сравнения альтернатив. проектов по одному показателю. Недостаток метода в том, что он не учитыв. врем. составл. прибыли, например, не провод. различие между проектами с одинак. среднегод., но в действ. меняющ. по годам велич. прибыли, а также между проектами принос. одинак. среднегодов. прибыль в теч. разного числа лет.  Одним из самых простых методов оценки явл. опред. срока окуп-ти инв-ций. Он опред. подсчетом числа лет в теч. кот. инв-ции будут погашены за счет получ. чистого денеж. дохода. Метод расчета срока окуп-ти наиболее прост и приемлем для ранжирования инвестиц. проектов с разными сроками окупаем-ти. Этот метод имеет недостатки: 1.не делает различ. между проектами с один. суммой общих доходов, но разным распред. доходов по годам; 2.не учитыает доходов послед. периодов, т.е. доходов получ. после погаш. суммы инв-ций. |
| **21. Этапы реализации ИП.**  1.Этап формирования пред-ний по приорет. направл-ям и критически важным технологиям: 1.фиксируется перечень наиболее существ. критериев достиж. цели; 2.для каж. проекта провод. оценка уровня улуч. каждого покозателя по сравн. с существ. полож-ем по шкале: низкий, ниже сред., выше сред., высокий; 3.технологии, имеющ. не имеют оценок выше сред. из дальнейш. рассмотр. исключ., остальн. включ. в список приорет. пред-ем и подлежат корректир-ам; 4.технологии, имеющ. не ниже одной оценки высокий счит. кандидатами в группу особо приорит. (критически важных). 2.Этап распредел. финансов между проектами внутри прог-мы. Использ. правила принятия реш-ний, основанные на схеме затраты – эф-ть. 1.В первую очередь налич. фин-ние выдел. проекту с максим. степенью эконом. эф-ти; 2.расчитыв. значение показат. эф-ти (рез-т делится на затраты); 3.все проекты ранжируются по степени приорет-ти и по уровню эф-ти. 3.Этап предварит. отбора приорет. направл-ний: 1.расшир. перечень проектов по выдел. напрвл-ям; 2.разрабатыв. формы док-тов для проектов потенциал. претендующ. на гос. фин-ние; 3. разработка эталонных примеров проекта; 4.орг-ция к провед. экспертизы; 5.составл. сводной бюдж. заявки по приор. направл. и заявок по формам гос. поддержки. | **22. Инновац. стратегия фирмы**  Инновац. стр-я – комплекс мер-тий по эф-ому использ. инновац. потенциала фирмы для ее долгосроч. разв-я. Выдел.: Стр-я дифференциации- стр-я инновац. изм-ний, направл. на формиров. уник. облика продукта и произв-щей его компании (бренд). Примен. в том случае, если потр-ль предъявл. повыш. требов. к качеству прод-ции или услуги, и не чувствителен к изменен. цены. Стр-я снижения издержек– стр-я инновац. изм-ний по сокращ. затрат, связан. с осуществл. хоз. деят-ти. Использ. при наличии на рынке ценовых форм конкур-ции (потребитель имеет станд. потреб-ти и низкий платежеспособ. спрос). Стр-я наилучшей ст-ти- стр-я сочетающ. формиров. достаточно узнаваем. бренда ком-нии и возмож. сокращ. затрат. Реш-ся при налич. на рынке как ценовых, так и не цен. форм конкур-ции. Деят-ть пред-тий может осуществ. в рамках одной или неск. отраслей, имея один или неск. бизнесов. В данном контексте выдел. стр-гии: концентриров. роста (созд. нов. товаров и захвата нов. целев. рынков (один бизнес); интегративн. роста (расшир фирмы, путем добавл. нов. стр-р); диверсификация роста (разв. многопрофил. бизнесов). |
| **23. Инновац. классификация Раменского Л.Г.: виоленты.**  разраб. в 1935г. классиф. фирм по инновац. конкурент-му поведению. Выдел. 4 типа инновац. повед.: виоленты, патиенты, эксплеренты, коммутанты. Виоленты- крупные комп. с массовым произ-вом, развитой инфрастр-рой и значит. научно-исследов. базой. Деят-ть ориентиров. на массовый рынок и удовл. стандарт. потреб-ям. Могут выступ. в роли как новатора, так и инноватора в зависим. от этапа развития. Этапы разв. виол. хар-ет классиф-ция Швецарс. эксперта Х.Фризевинкеля. На нач. этапе виол. явл. «гордым львом» - ком-ния активно разв-ется, однако выс. динамика разв. сопровожд. неустойч. полож. комп-нии в развивающ. отрасли. С теч. времени разв. виол. замедл., полож на рынке стабилиз-ся и «гордый лев» превращ. в «могучего слона». На этой стадии виол. способ. продвиж. востребов. рынком напрвл. и извлекает максим. прибыль. След. стадия разв. виол. –«неповоротл. бегемот», в кот. виол. превращ. из-за чрезмерн. диверсификации своей деят-ти.  В кач-ве новаторов виол. выступ.– на стадии «гордого льва», а инвесторами и инноваторами – «могучие слоны». | **24. Инновац. классификация Раменского Л.Г.: патиенты**.  разраб. в 1935г. классиф. фирм по инновац. конкурент-му поведению. Выдел. 4 типа инновац. повед.: виоленты, патиенты, эксплеренты, коммутанты. Патиенты- комп. специализ. на выпуске уникальных новинок. Заним. узкую рыноч. нишу и обслужив. нестанд. потребителей. (порш класса люкс). По классиф-ции Швецарс. эксперта Х.Фризевинкеля патиенты носят назв. «хитрые лисы». Оно хар-ет их инновац. пол-ку, как приспособительную. Фирма испол. стр-гию создания специфич. продукта, следоват. конкур-ция в занимаемом сигменте невелика, что влечет за собой доп. преимущества. Когда развит. ком-нии пересек. границы сегмента перед патиентом открыв. 2 возможности: либо освоить нов. вид деят-ти, либо превратится в виолента, кот. в дальнейшем уйдет с рынка. |
| **25. Инновац. классификация Раменского Л.Г.: эксплеренты**  разраб. в 1935г. классиф. фирм по инновац. конкурент-му поведению. Выдел. 4 типа инновац. повед.: виоленты, патиенты, эксплеренты, коммутанты. Эксплеренты- ком-нии, цель существов. кот. заключ. в постоянном выпуске радикал. новшеств. Это малые инновац. фирмы и по классиф-ции Швецарс. эксперта Х.Фризевинкеля они носят назв. «первые ласточки». Инновац. потенциал эксплерентов включ. в основ. интеллектул. рес-сы, а вот фин. и материально-технич. обеспеч. таким фирмам не хватает. В связи с чем они не в состоянии осуществ. масштаб. коммерциализации своей разработки. Если предостав. фин. помощь, они стремительно превращ. в виолента. При отсутствии поддержки быстро вытесняются с рынка и превращ. либо в банкрота, либо в пред-тие утратившее автономность (подразд-ние виолента). | **26. Инновац. классификация Раменского: коммутанты**  разраб. в 1935г. классиф. фирм по инновац. конкурент-му поведению. Выдел. 4 типа инновац. повед.: виоленты, патиенты, эксплеренты, коммутанты. Коммутанты- фирмы иметирующие новинки или предлаг. новые виды услуг на базе новой продукции. Стр-гия подражательства хар-на для мелких ком-ний. По классиф-ции Швецарс. эксперта Х.Фризевинкеля они носят назв. «серые мыши». Их глав. роль в инновац. процессе – содействие диффузии инноваций, а деят-ть в основном связана с произ-вом легальных копий извест. продуктов, а также предоставлением постпродажного обслужив. инновац. продуктов. |