

Разновидности и классификации инноваций (Ч.3)

Зарубежные подходы к классификации чаще всего не стремятся к созданию всеохватывающих схем, а придерживаются некоторых прагматических соображений. В частности, уже упоминавшееся в предшествующем параграфе «Руководство Осло» выделяет всего лишь четыре вида инноваций:

- Продуктовые инновации, которые подразумевают изменения в свойствах производимых товаров и услуг;
- Процессные инновации, которые подразумевают значительные изменения в методах производства и доставки;
- Организационные инновации, которые относятся к сфере внедрения новых организационных методов (это могут быть изменения в деловой практике, организации рабочих мест или внешних связях фирмы);
- Маркетинговые инновации, которые включают в себя реализацию новых методов маркетинга (это могут быть изменения в дизайне и упаковке продукта, его продвижении и размещении, методах установления цен на товары и услуги).

Важной идеей, сформулированной в «Руководстве Осло», является отказ от использования слова «технологическая» применительно к инновациям. По мнению авторов данного документа, «его (слова «технологическая») присутствие внушает опасение, что многие фирмы из сектора услуг будут интерпретировать это прилагательное в смысле «использования высокотехнологичных производств и оборудования» и, соответственно, считать, что речь идет о чем-то неприменимом ко многим из их собственных продуктовым и процессным инноваций».

При этом в «Руководство» достаточно убедительно показано, что дальнейшая детализация видов инноваций не нужна, так как собираемые в разрезе более детальной классификации сведения не дают никакой дополнительной полезной информации. В «Руководство» содержится два интересных и важных положения, которые часто упускаются из виду отечественными исследователями:

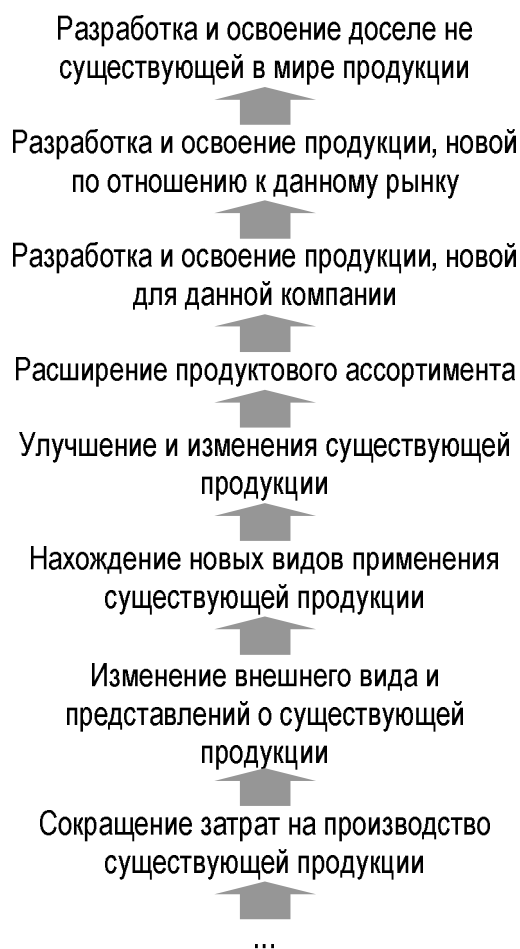
- любая классификация нужна для сбора данных, которые должны использоваться для определенных практических целей;
- из всего многообразия типов и видов классифицируемых явлений необходимо определять наиболее важные, при этом важность должна быть согласована с практическими нуждами.

Интересным представляется подход американских исследователей М.Моррис и Д.Куратко, которые полагают, что в современном мире, когда инновации проникли практически во все сферы жизни и проявляют себя в самых разнообразных формах, пытаться вычленивать стабильные классификационные признаки и охватить все разнообразие инноваций

единой классификационной схемой просто невозможно. Вместо иерархической классификации сегодня лучше говорить о существовании спектров инноваций, неких континуумов видов и типов инноваций, которые пересекаются и перетекают друг в друга. Внутри данных континуумов можно выделять некоторые типы и виды, но такое выделение является достаточно условным и зависит от целей исследователя и лица, принимающего решение.

Свой подход М.Моррис и Д.Куратко продемонстрировали на примере продуктовых и процессных инноваций. Два спектра продуктовых и процессных инноваций показаны на рисунке.

Континуум продуктовых инноваций (развитие товара или услуг)



Континуум процессных инноваций (развитие процессов производства и продвижения товаров и услуг)

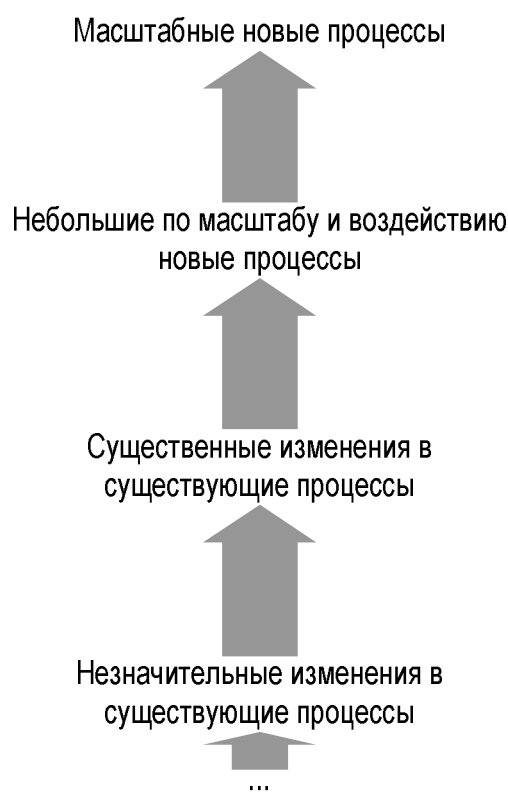


Рисунок. Континуальная модель инноваций М.Морриса и Д.Куратко

Как видно из рисунка, М.Моррис и Д.Куратко предлагают выделение определенных спектров или измерений феномена инноваций. Внутри каждого измерения можно выделять определенные виды, такие как расширение продуктового ассортимента, разработка новой для компании продукции и прочее. Но данные виды выделяются достаточно условно, и отличие одного вида от другого носит нечеткий характер.