

### Тема 3. Субъекты инновационной деятельности

К субъектам инновационной деятельности относятся:

1. менеджеры высшего звена управления (top-менеджеры) – они формируют стратегические цели деятельности предприятия, очерчивают круг инновационных проектов, которые могут быть реализованы в деятельности их предприятия, определяют перспективное направление деятельности;
2. менеджеры среднего звена управления – занимаются реализацией инновационных проектов;
3. конструкторы, технологи, маркетинологи и прочие специалисты, которые выполняют функции технологического проектирования и конструирования новаций, обеспечения финансами НИОКР, а также продвижением товаров на рынок.
4. исследовательские лаборатории, НИИ, конструкторские бюро, консалтинговые фирмы – юридические лица.

Субъекты инновационного процесса делятся на следующие группы: новаторы; инноваторы (ранние реципиенты); инвестор (раннее большинство) и отстающие. новшество инновационный коммерциализация управление

Новатор - участник инновационного процесса, осуществляющий поиск инновационных идей и разработку новшеств на их основе. В качестве разработчиков могут выступать:

- 1) научно-исследовательские организации;
- 2) малые инновационные предприятия;
- 3) инжиниринговые компании;
- 4) отделы НИОКР (научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ) на крупных предприятиях;
- 5) индивидуальные изобретатели.

Инноватор - участник инновационного процесса, осуществляющий внедрение и продвижение (коммерциализацию) новшества на рынке. Инноваторами являются:

- 1) внедренческие риско-фирмы;

- 2) концерны;
- 3) финансово-промышленные группы.

Инвестор - участник инновационного процесса, осуществляющий финансирование разработки и внедрения новшеств. Инвесторами инновационного процесса являются:

- 1) государственные и коммерческие банки;
- 2) инвестиционные компании;
- 3) страховые компании;
- 4) пенсионные фонды;
- 5) специализированные компании;
- 6) частные лица.

Компания может осуществлять разработку и продвижение инновации, используя собственные ресурсы и возможности. В этом случае фирма совмещает все основные функции (финансирование, разработку, коммерциализацию) при реализации инновационной деятельности.

Однако инновационная деятельность в рамках крупного предприятия сопряжена с некоторыми проблемами, связанными с необходимостью сочетания высокорисковых проектов с текущей деятельностью компании. Поэтому для снижения влияния факторов риска начальные этапы инновационного процесса осуществляют малые инновационные или инжиниринговые компании, а крупная компания коммерциализирует разработанное новшество.

Все группы, кроме первой, относятся к имитаторам. Шумпетер считал ожидание сверхприбылей главной движущей силой принятия НВ. Однако на ранних стадиях диффузии НВ никто из хозяйствующих субъектов не имеет достаточной информации об относительных преимуществах конкурирующих НВ. Но хозяйствующие субъекты вынуждены внедрять одну из альтернативных новых технологий под угрозой вытеснения с рынка.

Нужно исходить из того, что внедрение НВ является трудным и болезненным процессом для любой организации.

Во всех случаях одним из важных критериев принятия решений каждым субъектом является сравнение альтернативных технологий и решения, принятые предыдущими реципиентами. Но получить такую информацию достаточно сложно, так как это связано с конкурентным положением фирм на рынке. Поэтому каждая фирма может быть знакома с опытом ограниченной выборки фирм, меньшей, чем все множество реципиентов. Это обуславливает неопределенность процессов принятия решений и диффузии НВ в рыночной экономике. Другая причина неопределенности связана с самыми новыми технологиями. На ранних стадиях диффузии их потенциальная прибыльность остается неопределенной. Неопределенность может быть устранена с накоплением опыта внедрения и использования НВ. Однако со снижением неопределенности и риска применения новой технологии исчерпывается потенциал ее рыночного проникновения и снижается ее прибыльность. Возможность извлечения дополнительной прибыли от использования любого нововведения - временна и снижается с приближением предела его распространения.

Следовательно, диффузия нововведения зависит как от стратегии имитаторов, так и от количества пионерских реципиентов. Предприниматели открывают новые технологические возможности, но их реализация зависит от выбора имитатора. Разумеется, результат конкуренции технологий определяется выбором всех агентов на рынке, но влияние более ранних реципиентов будет большим по сравнению с выполнением последующих.

Вместе с тем трудно оценить относительные преимущества НВ в ранней фазе их диффузии, особенно если речь идет о радикальных нововведениях. В такой ситуации значительную роль в деле будущего технологического развития играет выбор последователей. Дело в том, что каждый выбор позволяет повысить конкурентоспособность соответствующей технологии и увеличивает шанс последней на ее принятие последующими хозяйствующими субъектами, которые будут учитывать ранее сделанные

выборы. После накопления достаточного опыта, когда альтернативные технологии освоены многими хозяйствующими субъектами, и их относительные преимущества известны с высокой достоверностью, последующие реципиенты принимают решения, основываясь на ожидаемой прибыльности альтернативных технологий. В результате, конечное разделение рынка новыми альтернативными технологиями определяется стратегиями имитаторов.