

УДК 330.101.54

З.И. Лобанова,

канд. экон. наук,

доцент кафедры экономической теории

Хабаровского государственного университета экономики и права

МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА РЫНКА ИННОВАЦИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Рассмотрена роль инноваций в рыночной экономике. Дан анализ этапов инновационной деятельности. Приведены методы разработки инновационной идеи.

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, инновационный замысел, рынок инноваций, инновационная экономика, методы разработки инновационной идеи.

The role of innovations in the market economy is examined. The analysis of stages of innovative activity is given. The methods of development of innovative ideas are defined.

Keywords: innovations, innovative activity, innovative idea, market of innovations, innovative economy, methods of development of innovative idea.

В условиях инновационного развития общества большинство ведущих фирм основной целью ставит увеличение вклада науки и техники в развитие предприятия. Это многократно повышает возможности использования имеющихся экономических ресурсов, в том числе и знаний, для реализации главной цели – максимизации прибыли. Реализация инновационного замысла способствует значительному росту эффективности предпринимательской деятельности и в целом повышению конкурентоспособности фирм, укреплению национальной безопасности, улучшению экологической ситуации и т.д.

Одним из аспектов микроэкономического анализа рынка инноваций в современной экономике являются инновационный замысел и его реализация в предпринимательской деятельности. Следует отметить, что

реализация инновационного замысла охватывает и макроэкономические основы анализа. Особый интерес, на мой взгляд, представляют микроэкономические аспекты анализа.

В современном обществе инновационные процессы осуществляются непрерывно с различной степенью интенсивности. Инновационная деятельность может осуществляться как специализированными научно-исследовательскими организациями в качестве их основного вида деятельности, так и предприятиями, занимающимися разработкой новых технологий в виде вспомогательного направления для использования их в производстве продукции. На микроуровне инновационный процесс представляет собой очередность стадий и этапов реализации замыслов, предполагающих разработку и нововведения, производство, продажу и диффузию нового,

инновационного продукта, в целом называемого инновацией. Например, диффузия, определяющая скорость проникновения инноваций, зависит от эффективности соотношения спроса и предложения на данную инновацию. Причем, чем большее число фирм используют данную инновацию, тем, возможно, выше потери тех предприятий, которые её не применяют. Кроме того, чем раньше фирма начнет вести инновационную деятельность, тем при прочих равных условиях быстрее и дешевле она сможет достичь до уровня лидеров.

Понятие «инновации» и «инновационный процесс» взаимно обуславливают друг друга и в целом влияют на эффективность развития рынка инноваций. Экономическая наука рассматривает множество определений инноваций [2, с. 89].

Анализ этих определений позволяет сделать вывод о том, что внутренний смысл, содержания инноваций состоит в том, что они включают нововведения, являющиеся главной функцией инновационной деятельности. Например, И. Шумпетером рассматриваются такие изменения:

- использование новой техники, новых технологических процессов или нового рыночного обеспечения производства (купля-продажа);
- внедрение продукции с новыми свойствами;
- использование нового сырья;
- изменения в организации производства и его материально-техническом обеспечении;
- появление новых рынков сбыта [4].

Указанные выше типичные изменения и их роль в разработке инновационных продуктов являются основой формирования предложения на рынке инноваций и представляют собой подготовку и осуществление инновационных изменений, включают взаимосвязанные фазы, образующие единое целое. Инновационный процесс представляет собой создание, внедрение и распространение инноваций и рассматривается как инновационная деятельность какого-либо субъекта экономики, реализующая общую цель. Эта деятельность направлена на реализацию законченных научных исследований и инженерных разработок в виде нового или существенно усовершенствованного и реализуемого на рынке продукта. В целом можно констатировать, что исследование рынка инноваций на микроуровне включает анализ инновационного предпринимательства, которое неразрывно связано как с формированием предложения инноваций, так и спроса на них.

Развитие инновационного предпринимательства, в свою очередь, включает его основу – инновационный замысел. Основой инновационного замысла являются сведения и информация, полученные из прогнозов развития потребностей и научно-технических достижений (лицензии, патентная информация и т.п.). Иными словами, по своей природе инновационный замысел является инновационной идеей для осуществления инновационного проекта, которая

индицирует эффективность взаимодействия спроса и предложения инноваций.

Инновационный проект в наиболее общем виде можно представить как сложную систему взаимосвязанных и взаимообуславливающих друг друга мероприятий по используемым, либо предполагаемым к использованию ресурсам, срокам и исполнителям, направленных на достижение конкретных целей, исходя из приоритетных направлений развития науки и техники. Разработка инновационного процесса является дорогостоящей, длительной и высокорискованной. Каждый инновационный проект проходит в своём развитии определённый цикл, то есть период времени от «зарождения» до «смерти». Он охватывает формирование инновационного замысла (идеи), это, в свою очередь, предполагает изучение инновационных возможностей, технико-экономическое обоснование проекта, строительные-монтажные работы, эксплуатацию объекта, мониторинг экономических показателей. Наиболее сложными из них являются введение, закрепление и распространение инноваций. Они характеризуются как затратные и затруднительно контролируемые. Остановимся на методах наработки идей и формах реализации. Этап формирования инновационного замысла включает задуманный план действий, то есть определение субъектов и объектов инвестиций, их форм и источников. Данный этап во многом определяет перспективы реализации инновационного

проекта в отдельности и влияет на эффективность развития рынка инноваций, на формирование спроса и предложения. К рассмотрению данной проблемы на микроуровне можно подойти с различных сторон. Предположим, что инновационная бизнес-идея близка к созреванию, она реалистична, и её обязательно нужно осмыслить в творческой группе. Возможно, идея требует доработки, интерпретации. Вероятно, что идея только намечена или есть несколько достаточно пространных гипотез, требующих развития и отбора. От правильного разрешения данных проблем во многом зависит конечный результат деятельности инновационной фирмы, её прибыль и уровень конкурентоспособности. Современная экономическая наука позволяет использовать различные методы наработки идей, среди которых наиболее распространёнными являются следующие:

- метод мозговой атаки Алекса Осборна;
- метод синектики Уильяма Гордона;
- технология составления ментальных карт Тони Бьюзена;
- метод «шести шляп» Эдварда де Боно;
- метод морфологического анализа Фрица Цвикки;
- метод «непрямых стратегий» Питера Шмидта и Брайна Ино.

Возьмём, например, метод мозговой атаки. Его автором является Алекс Осборн. В современной инновационной практике данный метод получил широкое распространение. Он сводится к следующему: собирается группа лиц, отобранных для генерации альтернатив.

Главный принцип отбора – разнообразие профессий, квалификаций, опыта работы. Такой принцип позволяет расширить фонд априорной информации, которой располагает группа. Сообщается, что приветствуются все идеи, возникшие как индивидуально, так и по ассоциации при выслушивании предложений других участников, в том числе и лишь частично улучшающие чужие идеи. Каждую идею рекомендуется записывать на отдельной карточке. Категорически запрещается любая критика. Это важнейшее условие мозгового штурма, так как сама возможность критики тормозит воображение. Каждый по очереди зачитывает свою идею, остальные слушают и записывают на карточке новые мысли, возникшие под влиянием услышанного. Затем все карточки собираются, сортируются и анализируются, как правило, другой группой экспертов.

Число альтернатив можно впоследствии значительно увеличить, комбинируя сгенерированные идеи. Среди полученных в результате мозгового штурма идей может оказаться много глупых и неосуществимых, но глупые идеи потом легко исключить последующей критикой. Конечно, нет полной гарантии того, что использование данного метода всегда даёт положительные результаты. Однако практика инновационного развития бизнеса в России и за рубежом свидетельствует больше о позитивных, чем о негативных последствиях использования метода мозговой атаки. Инновационная фирма сама вправе выбрать тот или иной метод, что определяется как внутренними, так и внешними факторами.

Помимо указанных методов, в

современной практике используются такие, как техника «ловушки для идей», когда все приходящие мысли фиксируются на диктофон или в блокнот в течение определённого промежутка времени, а затем обсуждаются, и при выборе наиболее целесообразных принимаются решения о внедрении. Достаточно широко применяется методика использования принципа инкубации, когда заданная мыслительная программа выдаёт из подсознания решения в самый неожиданный момент: в душе, в метро, во сне и т.п.; техника систематизации идей на основе построение матричных структур и т.д.

Внедрение инновационных идей осуществляется через определённые организационные формы, которые классифицируются по признакам масштаба бизнеса, стадии жизненного цикла. Так, бизнес-идея может найти своё воплощение в форме инновационного проекта в крупной компании, через специализированный малый инновационный бизнес, достигший стадии позднего «детства», через инновации малого бизнеса, реализуемые в форме инновационного стартапа.

В России стартапы начали активно развиваться в начале 2000-х гг. при участии государства. Они специфичны и выделяются среди малого инновационного бизнеса. В основном стартапы используют наступательную, а не оборонительную стратегию. Отсюда риски для данной формы значительно выше. Вопрос об обеспечении финансирования весьма сложен. Для его решения создаётся специальная финансовая инфраструктура.

Итак, вернемся к субъектам и объектам инвестиций на инновационном рынке. Субъектами инвестиций являются

в основном коммерческие организации. К объектам инвестиций можно отнести: строящиеся, реконструируемые или расширяемые здания, предназначенные для производства новых продуктов и услуг; комплексы строящихся и реконструируемых объектов, ориентированных на решения одной новой задачи (программ).

В этом случае объектом инвестирования может служить программа производства новых изделий (услуг) на имеющихся производственных площадях в рамках действующих производств и организаций.

В инновационном проекте используются такие формы инвестиций, как денежные средства и их эквиваленты (акции или облигации, кредиты, займы и т.п.), земля, здания и оборудование, имущественные права, оцениваемые, как правило, денежным эквивалентом, и др.

К основным источникам инвестиций относятся: собственные финансовые средства, иные виды активов (земельные участки и т.п.) и привлечённые средства; ассигнование из бюджетов; иностранные инвестиции; различные формы заёмных средств. После определения субъектов и объектов инвестиций осуществляется переход к новому этапу.

Следующий этап – это исследования инновационных возможностей. Его целью является подготовка предложений для потенциального инвестора. Если потребности в инвесторах нет и все работы производятся за счёт собственных средств, тогда принимается решение о финансировании работ по подготовке технико-экономического обоснования проекта. Здесь предусматривается предварительное изучение спроса на продукцию (услуги) с учётом экспорта и импорта; оценка уровня базовых,

текущих и прогнозных цен на продукцию (услуги) и др.

Этап технико-экономического обоснования проекта включает проведение полномасштабного маркетингового исследования, подготовку программы выпуска и реализации продукции (услуг), оценку риска, связанные с осуществлением проекта, и т.д.

Инновационные проекты характеризуются высокой неопределённостью на всех стадиях инновационного цикла. В любой момент их жизненного цикла они не застрахованы от появления у конкурентов более перспективных инноваций, ибо информация об этом, как правило, скрыта. В целом можно констатировать, что выделить макроэкономические или микроэкономические аспекты анализа рынка инноваций в современной экономике достаточно сложно, ибо инновации – это сложное социально-экономическое явление, в одинаковой степени значимое на микро- и макроуровне. Мы затронули лишь преимущественно микроэкономические аспекты, связанные с инновационной деятельностью фирмы. В своём взаимодействии на уровне различных фирм они влияют на развитие рынка инноваций в целом. Причём одни и те же проблемы инновационного развития фирмы, стадии жизненного цикла инноваций по-разному влияют на развитие инновационных фирм. Такое влияние может иметь как позитивные, так и негативные последствия. Это зависит от состояния рыночной среды данного субъекта, конкурентоспособности фирмы, сегмента рынка, на котором будет реализовываться инновация, и т.д.

Список использованных источников

1 Засько В. Н. Особенности государственной политики в сфере управления инновационно-промышленными кластерами / В. Н. Засько, О. И. Донцова // Креативная экономика. 2016. № 11. С. 1253–1262.

2 Тебекин А. В. Инновационный менеджмент : учебник : Бакалавр. Базовый курс / А. В. Тебекин. М. : Юрайт, 2017. 496 с.

3 Шейкин Д. А. От теории кластеров – к теории кластерного развития регионов : эволюция и проблематика / Д. А. Шейкин // Креативная экономика. 2016. № 11. С. 1263–1272.

4 Шпакова А. Е. Особенности и проблемы развития инновационной деятельности в России [Электронный ресурс] / А. Е. Шпакова // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2017. № 11; ekonomika.snauka.ru/2017/11/15489 (дата обращения 29.05.2018).

5 Федеральный образовательный портал // www.ecsocman.edu.ru (дата обращения 31.05.18).