

# ИННОВАЦИИ И ИХ КРЕАТИВНОЕ РАЗВИТИЕ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ

## INNOVATIONS AND THEIR CREATIVE DEVELOPMENT IN THE FINANCIAL MARKET

УДК 336.02

**Ашимбаев Толенди Арипбаевич,**  
докторант PhD  
Университета Адам/БФЭА  
г. Бишкек, Кыргызская Республика  
e-mail: tolendi1973@mail.ru

**Аннотация:** Целью исследования является определение понятия инновация и ее развитие в современных условиях на финансовом рынке. Результаты исследования отражают особенности функционирования финансового рынка в эпоху инноваций, которые расширяют возможности финансовых институтов в рыночных условиях.

**Ключевые слова:** экономика, финансовый рынок, инновация, инновационная деятельность, информационные технологии, конкуренция, диффузия

**Abstract:** The purpose of the research is to define the concept of innovation and its development in the current conditions in the financial market. The results of the research reflect the features of the functioning of the financial market in the era of innovation, which expand the capacity of financial institutions in market conditions.

**Key words:** economics, financial market, innovations, innovation activity, information technology, competition, diffusion.

В настоящее время в научной литературе и нормативно-законодательных документах уделяется большое внимание инновациям и инновационному развитию общества и экономики. Это связано с ускоренным развитием информационных технологий за последние 10-20 лет развития рыночной экономики.

История инноваций начинается с зарождения сознательной человеческой деятельности, когда «человек разумный» начал создавать простейшие инструменты для охоты, рыбной ловли и обработки полей для выращивания злаков, овощей и фруктов. Самыми значимыми и известными являются изобретение колеса, рычага, ножа, сохи и так далее, которые помогли ускорять некоторые процессы производства и создавать излишки продуктов. Излишками продуктов производства люди стали обмениваться между собой, так как, если кто-то создавал лучшие продукты для определенных целей, то другие могли производить другие уникальные продукты, потребность в которых увеличивалась с улучшением их качественных характеристик.

Официально утверждается, что техническая революция началась в период с XV-XVI веков, когда стали появляться паровые машины. С XIX века в странах Европы, в США и Японии начала осуществляться интеграция науки и производства. Это явилось результатом использования полученных научных исследований в промышленности, энергетике, сельском хозяйстве и других отраслях производства. В этот период стали развиваться воздухоплавание, автомобилестроение, фото- и кинематография, которые стали прорывными проектами для того времени. Этот процесс знаменует возникновение прикладной науки, основой которой становится университетское образование. Таким образом, в конце XIX – начале XX века интеграция науки и производства становится важнейшим фактором быстро раскручивающегося технологического прогресса [1].

Развитие теории «инноваций» начинается с XX века, когда австрийский экономист и социолог Йозеф Шумпетер охарактеризовал инновации как часть процесса «изобретение - нововведение – диффузия» и подчеркнул, что инновация придает динамизм развитию [2]. Й. Шумпетер является одним из основоположников эволюционного подхода к изучению экономики, основой которого является убеждение о наличии объективных, поддающихся воздействию и изучению факторов и условий, определяющих состояние и характер развития экономических систем, в том числе в условиях инноваций.

Понятие «диффузия» означает, в данном контексте, возникновение и распространение нововведений в пространстве. Данное понятие было предложено Й. Шумпетером в 1912 г., а впоследствии продолжено в работах Торстена Хагерстранда. Шведский ученый Торстен Хагерстранд в своей работе «Пространственная диффузия как процесс внедрения новаций» показал, что распространение нововведений по территории имеет свои законы и может быть смоделировано [3]. Он исследовал способы прохождения информации сквозь систему районов и закономерности обмена информацией между районами, то есть с какой скоростью и по каким каналам распространяются волны диффузии.

Выяснилось, что скорость диффузии зависит не столько от расстояния, сколько от трансляционной способности отдельных городов, через которые она осуществляется, а также интенсивности и эффективности контактов.

Диффузия расширения происходит вследствие непосредственных контактов — инновации распространяются во вне от района источника. Ареал их распространения постепенно расширяется, но локализуется в пределах района своего возникновения, становясь там более многочисленными и ярко выраженными.

Диффузия перемещения связана с миграцией явлений и предметов из ареала их возникновения на другие территории.

При изучении диффузии инноваций важна скорость распространения инноваций, которая зависит от восприимчивости среды к инновациям. Существуют барьеры диффузии, например, этнокультурные или политические границы, которые не пропускают инновации.

Характер проникновения инноваций изучают с помощью картирования процесса, при котором на карту наносятся центры зарождения процесса, вектора распространения и изохронны, то есть линии, соединяющие точки, в которые инновация проникла в одно и то же время.

Основные положения работ Хагерстранда могут быть сведены к следующему:

– Территориальная диффузия инноваций имеет определенные законы распространения и может быть смоделирована;

– Диффузия инноваций является решающим фактором в определении социального эффекта (прежде всего, миграционного) для центр-периферийных отношений;

– Скорость диффузии зависит не от геометрического расстояния, а от трансляционной способности отдельных городов, через которые она осуществляется, от того, насколько интенсивны и эффективны там контакты между людьми.

Согласно данной теории, распространение в рыночной экономике достижений научно-технического прогресса происходит одним из трех способов: контактным, каскадным и иерархическим.

Понятие инновации рассматривалось также другими авторами, в том числе такими, как Питер Фердинанд Друкер, который различал понятия «научное открытие», «новшество» и «инновация». Под научным открытием он понимал добавление знаний к пониманию явлений природы. Новшество, по определению П. Друкера, это новая техническая возможность, а инновация воспринимается так же и как результат влияния новшества на жизнь людей [4].

Г. Ригс рассматривал новшество как концептуализацию новых идей, а инновацию как коммерческое освоение новой идеи. В. Хиппель понимал под новшеством новый продукт или процесс, а под инновацией - применение нового продукта или процесса на практике. В. Кингстон считал, что научное открытие представляет собой идею, новшество - подтверждение идеи, в то время как инновация представляет собой преобразование идей в конкретный предмет. С. Мендел, Д. Энис понимали новшество как новый замысел, а инновацию как новые уникальные продукты, процессы и услуги [5].

Значительное внимание процессу появления, внедрения и распространения новшеств в экономике и обществе, конкурентоспособности на основе инноваций уделял австрийский экономист и философ Людвиг фон Мизес. В своем трактате «Человеческая деятельность: Трактат по экономической теории», опубликованном в 1949 году он резюмирует смысл конкуренции, которая состоит не в том, чтобы преуспеть, имитируя то, что делают другие, а в том, чтобы оказывать услуги или создавать более дешевые и качественные продукты, применяя инновации [6].

После того, как Й. Шумпетер разработал понятие экономической инновации в работе «The Theory of Economic Development» (1934 г.), в 1980-х Б.-А. Лундвалл [7, 8] сформулировал понятие Национальная инновационная система (НИС) и развил теорию инновационной деятельности, значительный вклад в теорию которого внесли также Р. Нельсон [9], К. Фриман [10]. Общие методологические принципы теории инновационной деятельности, доработанные указанными авторами, таким образом, включают в себя [11]:

- понятие о конкуренции и конкурентном преимуществе при использовании инноваций и научных разработок, которые являются главными факторами динамики экономического развития;
- представление о роли знаний в экономическом развитии людей, общества и государств;
- рассмотрение инновационной деятельности в контексте институционального развития как фактора, детерминирующего ее структуру и содержание.

В определениях указанных авторов инновация представляет собой новые продукты, услуги или процессы, используемые в практической деятельности. С этим определением следует согласиться, так как если новшество представляет собой идею, то реальное воплощение новой идеи можно считать инновацией.

Термин «инновация», таким образом, можно определить, как результат внедрения новшества, предназначенный для удовлетворения потребностей рынка. Инновации можно также трактовать как процесс внедрения нового либо усовершенствованного продукта или технологии для обеспечения интенсивного экономического роста и повышения качества жизни всех членов общества. Цель инновации состоит в получении экономического, экологического, социального или другого эффекта от внедрения нового продукта, услуги, технологии, метода и так далее.

Инновационная деятельность представляет собой связующее звено между наукой и практикой, которая выступает как совокупность научных, финансовых, технологических и других мероприятий по созданию, освоению, распространению на рынке новых продуктов, услуг, средств производства, технологических процессов либо организационных форм, с целью повышения экономической или общественной конкурентоспособности.

Таким образом, инновация представляет собой, во-первых, новшество, то есть новый или усовершенствованный продукт, услуга или технологический процесс, внедренные на рынке и используемые в производственно-хозяйственной деятельности, потреблении, общественной жизни. Во-вторых, инновацию можно определить, как процесс осуществления изменений и внедрения новшеств. При этом, инновационные технологии являются одним из видов инноваций.

Резюмируя вышеизложенное, можно классифицировать инновации по различным характеристикам, основными из которых являются: вид инновации, масштабы распространения, характер генерирования, степень прогрессивности, причины возникновения, степень новизны, эффективности и так далее [12, 13]. Классификация инноваций по различным характеристикам представлена в таблице 1 и показывает основные характеристики и виды инноваций, на основе обобщенного опыта мировой теории и практики инноваций и инновационной деятельности.

**Таблица 1.**

**Классификация инноваций по различным характеристикам**

<b>№</b>	<b>Характеристика обобщения</b>	<b>Виды инноваций</b>
1.	По масштабам распространения	Общемировые; Национальные; Отраслевые; Локальные.
2.	По характеру генерирования	Быстрые; Замедленные; Затухающие; Равномерные; Скачкообразные; Нарастающие.
3.	По степени прогрессивности	Прорывные; Модифицирующие; Улучшающие; Адаптирующие; Комбинированные.
4.	По причине возникновения	Реактивные (адаптивные); Стратегические.
5.	По степени новизны	Абсолютно новые (не существует аналогов); Радикальные (базисные).
6.	По степени эффекта в определенной сфере деятельности	Экономические; Социальные; Экологические; Интегральные.
7.	По масштабам применения	Отраслевые; Межотраслевые; Региональные; В рамках предприятия.

**Продолжение таблицы 1.**

8.	По характеру связи с предшествующими образцами	Открывающие новые направления в человеческой деятельности (например, паровоз, самолет, интернет); Заменяющие (электровоз вместо тепловоза и паровоза); Отменяющие (бумага вместо пергамента); Возвратные (ретро); Имитирующие.
9.	По степени результативности	Завершенные и незавершенные; Успешные и неуспешные.
10.	По объекту применения	Продуктовые инновации, ориентированные на производство и использование новых продуктов (услуг); Технологические инновации; Процессные инновации; Комплексные инновации.
11.	По степени материальности	Материальные; Нематериальные.
12.	По сфере применения	Инновации в производстве; Инновации в управлении; Инновации в рынок и прочие.
Примечание: составлено автором по источникам [12, 13]		

Особенностью инноваций на финансовом рынке является, в основном, их нематериальный характер, так как при этом создается новая услуга как продукт финансового института, предлагаемый клиентам в качестве возможности ускорить процесс обслуживания (интернет-банкинг, банкоматы), получить доход (депозиты, вложения в ценные бумаги) или более выгодно использовать заемные средства (кредиты, ссуды).

В качестве инновации можно привести пример создания виртуальных или интернет-банков, платежных систем по типу PayPal, Payoneer, Allpay, QIWI и других, которые предоставляют услуги по получению и перечислению денежных средств посредством приложений на компьютере или смартфоне. Традиционные биржи также начали проводить электронные торги, на которых удаленно совершаются торговые операции. Также удаленно финансовые институты осуществляют консалтинговую и аналитическую деятельность, а также оказывают другие виды онлайн-услуг.

Таким образом, инновации в финансовой сфере можно сгруппировать следующим образом [14]:

- технологический прогресс в способах и видах предоставления финансовых услуг, который представляет собой изменение традиционного способа услуги и каналов коммуникации с клиентами;
- изменения институциональной структуры финансовой индустрии, при создании финансовых институтов, работающих онлайн, или сочетающих традиционную и виртуальную деятельность;
- преобразования в системах торговли финансовыми активами, в том числе с использованием электронных платформ на биржах и других финансовых институтах.

Преимуществом использования инноваций на финансовом рынке является снижение стоимости финансовых услуг, уменьшение времени, затрачиваемого на проведение финансовых операций, доступность и мобильность финансовых средств, а также усовершенствование инструментария для снижения финансовых рисков.

Конечно, с появлением инноваций на финансовом рынке, появляются новые виды мошенничества и других рисков, однако, преимущества нововведений бесспорны.

Задачи финансовых институтов в эпоху инноваций заключаются в следующем:

- предусматривать инновационные возможности на рынке, работая на опережение;

– концентрировать ресурсы в наиболее доходных инновационных технологиях, однако, с соблюдением приоритета потребностей клиентов;

– комплексно и быстро управлять всем инновационным процессом не только в финансовом учреждении, но и в работе с партнерами, контрагентами и потребителями;

– минимизировать риск неправильного выбора, запаздывания и упущенной выгоды.

Для выполнения данных задач требуется гибкое управление инновационными процессами, своевременность принятия управленческих решений и разработка эффективной стратегии развития финансового института в кратко- и долгосрочной перспективе.

### Список использованных литератур

1. Ракитов А. И. Прогноз развития науки и технологии в России на период до 2025 г. // Вестник РАН. 1998. № 8. С. 747
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. – 156 с.
3. Hagerstrand T. Innovation diffusion as a spatial process. Chicago: University of Chicago Press, 1968.
4. Питер Друкер. Классические работы по менеджменту / Classic Drucker. — М.: «Альпина Бизнес Букс», 2017. — 220 с.
5. Юрасов И.А. // Управление персоналом. - №20. - 2014.
6. Мизес Л. Человеческая деятельность: Трактат по экономической теории / 2-е испр. изд. — Челябинск: Социум, 2012. — 878 с.
7. Lundvall B.-A. Product Innovation and User-Producer Interaction [электронный ресурс]. Industrial Development Research Series No. 31. Aalborg University Press, Aalborg. 1985. [URL: // http://vbn.aau.dk/files/7556474/user-producer.pdf](http://vbn.aau.dk/files/7556474/user-producer.pdf). 2014.
8. Lundvall B.-A. National Innovation Systems – Analytical Concept and Development Tool [электронный ресурс]. Industry and Innovation, 14:1, 2007. P. 95–119. URL: // <http://infojustice.org/download/gcongress/dii/lundvall%20article.pdf>. 2014.
9. Richard R. Nelson (co-editor with [Jan Fagerberg](#) and [David Mowery](#)). The Oxford Handbook of Innovation. - 2005.
10. [Christopher Freeman](#). [Innovation and long cycles of economic development](#). [State University of Campinas](#) (1982). // International seminar on innovation and development at the industrial sector. - 2014. – 13 с.
11. Меньшиков С. М., Клименко Л. А. Кристофер Фримен // Длинные волны в экономике: Когда общество меняет кожу. — 2-е. — М.: ЛЕНАНД, 2014. — С. 208-214. — 288 с.
12. Лукьянович Н.В. Национальные инновационные системы в странах СНГ: проблемы становления и развития // Белорусский экономический журнал. - 2011. - № 2. - С. 16-20.
13. Грошева И.А. Роль маркетинга в управлении инновационной деятельностью малых и средних промышленных предприятий // Проблемы теории и практики управления. -2011. - № 6. - С. 95-104.
14. Любкина Е.В., Батковский В.А. Современные тенденции развития финансовых рынков // Инновации. – № 8 (166). – 2012. – С. 62-65.