

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА ЭПОХИ ИНТЕРНЕТА

**ДУМНАЯ Н.Н., д.э.н., проф., зав. кафедрой Микроэкономики,
Финансовый университет при Правительстве РФ,
Заслуженный работник высшей школы РФ, Лауреат премии Правительства РФ** E-mail: dumdum47@mail.ru

Аннотация:

Статья посвящена особенностям инновационного процесса в реальном и в банковском секторах современной экономики. Особое внимание уделяется роли Интернета, представляющего собой новейшую информационную систему, изобилие информации в которой приводит к противоречивым последствиям в экономике.

Ключевые слова:

инновации, динамическая конкуренция, инновации в банках, Интернет как информационная среда бизнеса.



Беспрецедентная инновативность экономики

экономика развитых стран в настоящее время перешла к инновационному типу развития. Инновационный процесс находится в центре качественных, количественных и структурных изменений в экономике. Более того, инновационный процесс превращается в постоянно действующий фактор. Идут быстрые и сложные непредсказуемые изменения, скорость которых беспрецедентно высока. Из новейших тенденций развития технологий обращают на себя внимание: во-первых, нанотехнологии, во-вторых, биотехнологии. Но особую роль играют информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), особенно Интернет [1].

Еще в середине 90-х гг. XX века М. Портер и С. Ван дер Линде на основе изучения сотен производств в различных странах показали, что конкурентными в международном масштабе являются компании, которые способны непрерывно совершенствоваться и внедрять нововведения, а не компании, которые используют самые дешевые производственные ресурсы или характеризуются самыми крупными операциями [2]. **Накапливается критическая масса инноваций, которая приводит к информационно-инновационному «всплеску».** Любая инновация (будь то технологическая или институциональная) создает предпосылки для новых инноваций, тем самым индуцируя их цепную реакцию [3].

Что сказал бы Йозеф Шумпетер?

Необыкновенно актуальными стали подходы Йозефа Шумпетера. Инновация у Шумпетера – нечто отличное от нашего привычного понимания: «Производить – значит комбинировать имеющиеся в нашей сфере вещи и силы. Производить нечто иное или иначе – значит создавать другие комбинации из этих вещей и сил. В той мере, в какой новая комбинация может быть получена с течением времени из старой в результате постоянного приспособления, осуществляемого посредством небольших шагов, имеет место изменение, а возможно, рост, а отнюдь не

новое явление, ускользнувшее из поля зрения при рассмотрении равновесия, а не развитие в нашем понимании. Поскольку же этого не происходит и новая комбинация может возникнуть (или возникает) только дискретным путем, то возникают одновременно и характерные для нее явления» [4]. То есть по **Й. Шумпетеру инновация – «осуществление новых комбинаций».**

Шумпетерианский подход великолепно объясняет тот факт, что не только отдельные предприятия, но и целые страны, обладающие примерно одинаковыми классическими факторами производства (равными объемами трудовых ресурсов, капитала, земли) нередко добиваются совершенно разных экономических результатов. Более того, бывает, что более богатые всевозможными ресурсами бедствуют, а бедные ими – процветают.

Шумпетер определил инновационный процесс как динамическую конкуренцию, в которой фирмы стремятся к инновациям, но различными путями. Одни сами занимаются инновациями (разработкой и внедрением), то есть сознательно выступают как лидеры в этой области, беря на себя риски, а другие принимают на себя роль имитаторов, пытаясь догнать лидеров. Таким образом, для лидеров инновации выступают как внутренний импульс к изменениям, а для имитаторов – как внешний.

Постепенно то или иное нововведение охватывает отрасль в целом. Те компании, которые не смогли приспособиться к новым условиям конкуренции, разоря-

ются. В своей книге «Теория экономического развития» он пишет: «Под развитием следует понимать лишь такие изменения хозяйственного кругооборота, которые экономика сама порождает, т.е. только случайные изменения «предоставленного самому себе», а не приводимого в движение импульсами извне народного хозяйства» [5]. Банки же по Шумпетеру – это проводники нововведений. Они должны активно кредитовать инновационные проекты.

Если бы Йозеф Шумпетер исследовал природу инноваций и предпринимательства сегодня, то увидел бы следующую картину.

С одной стороны, его идеи блестяще подтвердились. На Западе, где экономика знаний стоит на повестке дня, компании развиваются за счет интеллектуального капитала, то есть предпринимательство стало отвечать представлениям Шумпетера о новаторской деятельности.

С другой стороны, в наше время ему пришлось бы сделать поправку на глобализацию и развитие ИКТ, когда импульсы к инновациям, а следовательно, и к развитию приходят и из народного хозяйства, и из внешней (международной) по отношению к нему предпринимательской среды. Так информационные технологии стали всеобщей средой предпринимательства.

Особенности распространения инноваций в банках

Бывают моменты когда в связи с распространением ИКТ одно из положений инновационной концепции И. Шумпетера при-

менительно к банковской сфере нуждается в корректировке, на что обратила внимание в своей работе А.В. Муравьева. И с этим можно согласиться.

Ситуация в банковской сфере имеет следующую специфику:

- Изначально импульсы для введения технологических банковских инноваций, основанных на информационных технологиях, исходят из других отраслей (электроника, коммуникации), и в этом смысле представляются внешними по отношению к отрасли.

- Деление на лидеров и имитаторов в приведенной выше трактовке в банковском секторе условно, поскольку информационные технологии, как правило, привносятся извне. Банки-лидеры преуспевают, прежде всего, во *внедрении* технологических инноваций, которые производятся в других отраслях. Связь с рынком банковских услуг в данном случае опосредованная.

- Инновации, исходящие из самих банков, главным образом связаны со структурными изменениями и новыми банковскими продуктами. Здесь уже существует непосредственная взаимосвязь с рынком банковских услуг.

Применительно к обычным фирмам в решении о внедрении инновации немаловажную роль играет величина затрат на научные исследования. Для банков как имитаторов важны затраты только на покупку технологий [6].

Ключевая технология информационной эпохи

Необходимо особо выделить роль такой инновации, как Ин-

тернет. М. Кастельс пишет: «Новая экономика существует, но связана она не с виртуализацией бизнеса, а с изменением форм и процессов деятельности во всех сферах бизнеса за счет использования знаний, коммуникационных технологий и сетей в качестве базовой организационной формы. Итак, Интернет – это не просто очередная техническая новинка или технология. **Это ключевая технология информационной эпохи.** Он воплощает культуру свободы и личного творчества, будучи источником как новой экономики, так и общественного движения, базирующегося, скорее, на изменении человеческого сознания, чем на увеличении власти государства. Использование Интернета, однако, зависит от того, какими являются использующие его люди и общество. Интернет не определяет, что следует людям делать или как им жить. Напротив, именно люди создают Интернет, приспособляя его к своим потребностям, интересам и ценностям» [7]. Интернету как инфор-

мационной системе действительно принадлежит ключевая роль в преобразовании рынков.

Данная глобальная информационная система приводит к кардинальным изменениям информационной среды реального и финансового секторов экономики.

Во-первых, **качественно меняется информация.** Существует изобилие подробностей, «море» неценовой информации, что оказывает противоречивое воздействие на экономических агентов. С одной стороны, они могут быть более информированы и работать тем самым на известный рынок, а с другой стороны, обилие информации, особенно неценового характера, может их запутывать, не давая возможность принять своевременное решение. То есть обилие информации не является гарантией роста определенности и устранения информационной асимметрии. **Складывается парадокс: чрезмерное обилие информации является дополнительным фактором неопреде-**

ленности для рыночных агентов, затрудняя их выбор.

Во-вторых, мощным фактором модификации информационной функции рынка представляется **скорость распространения информации.** Данный момент особенно интересен нам в силу того, что техническая и институциональная рыночная инфраструктура, создавая основу для невиданных скоростей трансляции сигналов рынка, тем самым приводит и к ускорению бизнес-процессов как в сторону роста, так и в сторону спадов.

Развиваясь, информационная среда оказывает и более широкое и всестороннее воздействие, поскольку преобразует формы и способы мирохозяйственного общения, оказывает влияние на образ и стиль жизни, характер мышления людей. Для осуществления инноваций и в реальной, и в финансовой экономике нужны новые идеи, нужны «мозги». Это и есть самое главное, что отличает инновационную новую экономику эпохи Интернета от традиционной экономики.

Библиография

1. Думная Н.Н. Новая рыночная экономика. Монография. М.: МАКСПРЕСС, 2009
2. Porter M., van der Linde C. Towards a New Conception of the Environment – Competitiveness Relationship // Journal of Economic Perspectives. – 1995. – Vol. 9. – N 4. – P. 98
3. Иванова Н.И. Национальные инновационные системы. – М.: Наука, 2002 и др.
4. Инновационная экономика / Под общей ред. А.А. Дынкина и Н.И. Ивановой. – М.: Наука, 2001
5. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Часть вторая. // http://www.1pixel.ru/view_shumpeter.php?id=122
6. Шумпетер Й. Теории экономического развития. – М., 1982, – с. 154
7. Муравьева А.В. Банковские инновации: мировой опыт и российская практика. М.: 2005, – с. 19-20
8. Кастельс М. Галактика Интернет Екатеринбург// <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s01/z0001024/st000.shtml>

Электронный адрес редакции:
nikainform@mail.ru