

## ОСНОВНЫЕ КАТЕГОРИИ ТЕОРИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Статья посвящена теоретическим аспектам инновационной экономики. Рассмотрены трактовки терминов «новация» и «инновация» (нововведение), уточнены категории инновационный процесс и инновационная деятельность с целью дальнейшего упрощения исследований в области инноваций и управления инновационной деятельностью предприятия, а также распространения и коммерциализации инноваций.

Стаття присвячена теоретичним аспектам іноваційної економіки. Розглянуто трактування термінів «новація» та «іновація» (нововведення), з'ясовані категорії іноваційний процес та іноваційна діяльність з метою подальшого спрощення досліджень в галузі іновацій та управління іноваційною діяльністю підприємства, а також дифузії і комерціалізації іновацій.

*Постановка проблемы.* В настоящее время общепризнано и не нуждается в дополнительном обосновании утверждение безальтернативности инновационного пути развития национальной экономики. Проблемы инновационного развития украинской экономики находятся в центре внимания таких ученых, как Л. Бесчасный, В. Гейц, С. Онишко, М. Пашута, Л. Федулова и др. Усилиями названных экономистов и ряда зарубежных ученых (Д. Сахал, Й. Шумпетер, С. Глазьев, Ю. Яковец) сформирована теория инновационного развития экономических систем. Вместе с тем в различных научных кругах имеется определенное несоответствие терминологического и понятийного аппаратов теории инновационной экономики, неразработанность категориального аппарата инновационного процесса.

Определение конкретного круга аспектов, характеризующих сущность любого понятия, является исходным моментом для формирования целей,

структуры и объема дальнейшего исследования. Неоднозначность многих понятий в современном научном мире определила возникновение новой науки — лингвокультурологии, которая занимается изучением многообразия значений одного и того же термина (слова) [1]

*Анализ последних публикаций и исследований*, как отечественных так и зарубежных ученых по данному вопросу, позволяет сделать вывод о существовании еще не устоявшихся понятий в теории инноваций, отличающихся как по определению, так и по содержанию. В экономической литературе искусственно приближены понятия новшество, новация, нововведение и сведены к значению инновация. Термин «инновация» употребляется необычайно часто как инновационный бизнес, инновационная способность, инновационные проекты, программы, инновационный менеджмент, государственная инновационная политика, далее, вплоть до инновациализации страны.

*Цель статьи* – разграничить термины «новация» и «инновация» (нововведение), так как именно в соотношении данных понятий существует многообразие представлений и восприятий, а также необходимо уточнить категории: инновационный процесс и инновационная деятельность.

*Изложение основного материала исследований.* Смысл английского существительного innovation, переводимого как инновация, нововведение и являющегося производным от глагола innovate (вводить новшества, производить перемены) специалисты лингвокультурологии определяют через его составные части:

- приставка in в данном случае обозначает вхождение или внесение в пределы, в среду, проникновение в среду;

- novation — новация, новшество [1].

Исходя из этого, novation следует переводить как новация, новшество, а innovation — как инновация, нововведение. Причем эти термины, на наш взгляд, имеют следующие значения:

- новация, новшество — это любой творческий результат интеллекта человека в виде новой идеи, воплощенной в форме открытия либо изобретения, новый интеллектуальный продукт. Новация не превращается в инновацию до тех пор, пока она не начнет использоваться;

- инновация, нововведение — новое, впервые вошедшее в употребление. Это созданная кем-либо новация, начавшая осваиваться в производстве для дальнейшего использования потребителем.

Данная точка зрения в той или иной мере подтверждается современными исследователями. Например, Р.А. Фатхутдинов рассматривает новшество как оформленный результат фундаментальных, прикладных исследований, разработок или экспериментальных работ в какой-либо сфере деятельности [2]. Точка зрения В.М. Аньшина: «новшество — это потенциальная инновация, новое решение до его коммерциализации» [3, с.20].

В.А. Щербаха подчеркивает, что первичным, основным словом является новация, от латинского *novatio* — обновление, изменение. Другие же, близкие ему по своим значениям, слова являются «производными» от него и применяются для уточнения значения основного слова в различных сферах деятельности субъектов, при описании объектов, процессов [4].

П. Уайт вместо термина «новация» использует термин «изобретение» как конечный результат исследований, а инновацию рассматривает как успешное завершение разработки. При этом изобретение подразумевает появление на свет чего-то нового; инновация (нововведение) подразумевает внедрение чего-то нового в практику [5]. П. Дойль считает, что изобретение - это новый продукт, инновация – новая выгода [6].

На наш взгляд, новшество является приложением нового знания с целью его практического применения, инновация же является материализацией новых открытий, изобретений и научно-технических разработок в процессе производства с целью их коммерческой реализации для удовлетворения определенных запросов потребителей. Непременными свойствами инновации являются научно-техническая новизна и

производственная применимость. Коммерческая реализуемость по отношению к инновации выступает как потенциальное свойство, для достижения которого необходимы определенные усилия. Иными словами, новшество (новация) первично по отношению к нововведению (инновации) и является необходимым, но не достаточным, ее условием.

Сущность категории «инновация» в экономической литературе трактуется неоднозначно. Существует два подхода к определению инноваций – динамичный и статичный:

1- статичный (объектный) подход. Инновации представлены как конечный результат, как внедренный объект в трудах зарубежных экономистов – С. Менделла, Д. Энниса, Ф. Янсена, А. Н. Фоломьева, Э. А. Гейгера, Н. Н. Молчанова, В. Н. Архангельского, Э. А. Уткина и др. Такие ученые, как Л. М. Гохберг, С. Ю. Глазьев, Ю.В Яковец рассматривают инновацию, как результат создания нового продукта, процесса, услуги, которые имеют потенциал реализации и распространения. И в соответствии с Руководством Фраскати, инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам.

2 - динамичный (процессный) подход. Инновации рассматриваются как процесс реализации идеи и ее превращения в готовый результат (Б. Твисс, Д. Тисс, Т. Иорд, В.Н. Лапин, В.Г. Медынский и др.) или как отдельные стадии процесса: освоение, внедрение, коммерциализация, использование (Б. Санто, Й. Шумпетер, Кр. Фримен, Х. Хартманн, С.В. Валдайцев и др.).

Так, по мнению Н.И. Лапина, инновация, это комплексный процесс создания, распространения и использования нового практического средства для лучшего удовлетворения известной потребности людей [7]. Т. Брайн же рассматривает инновацию как процесс, в котором интеллектуальный товар –

изобретение, информация, ноу-хау или идея – приобретает экономическое содержание [8]. По сути, выше указанные определения инновации являются определениями инновационного процесса.

Мы считаем некорректным включение в понятие «инновация» процесса разработки и создания инновации, которые на наш взгляд, являются составляющими новационного этапа, в результате которого создается новшество. С нашей точки зрения, динамичный аспект инновации это не что иное, как инновационный процесс, также как динамичный аспект новации – научно-технический процесс. В отличие от научно-технического процесса, инновационный процесс не заканчивается так называемым внедрением, т.е. первым появлением на рынке нового продукта, услуги или доведением до проектной мощности новой технологии. Этот процесс не прерывается и после внедрения, ибо по мере распространения (диффузии) новшество совершенствуется, делается более эффективным, приобретает ранее не известные потребительские свойства. Это открывает для него новые области применения и новые рынки, а следовательно, и новых потребителей. Таким образом, этот процесс направлен на создание требуемых рынком продуктов, технологий или услуг и осуществляется в тесном единстве со средой: его направленность, темпы, цели зависят от социально-экономической среды, в которой он функционирует и развивается.

Исходя из того, что процесс – это «последовательная смена состояний стадий развития или совокупность последовательных действий для достижения какого-либо результата» [9], нами предлагается следующее определение инновационного процесса: инновационный процесс – это процесс преобразования научных знаний в новшество, с последующим его внедрением, освоением и распространением с целью получения коммерческого результата. Мы считаем необходимым выделение двух-этапности инновационного процесса: создание новации – новационный этап, внедрение и освоение новшества – инновационный этап. Подобное разделение процесса позволяет глубже понять и вникнуть в суть создания

интеллектуального продукта и его превращения в эффективный наукоемкий товар на рынке новшеств, а также освоения этого интеллектуального продукта и его распространения среди производителей - имитаторов с целью превращения интеллектуального продукта в инновационный товар на рынке потребительских товаров и услуг.

Следует заметить, что как только новация начнет воспроизводиться, копироваться конкурентами без совершенствования, без появления ранее неизвестных потребительных свойств, она начинает превращаться в обычный продукт, устаревающий со временем. На наш взгляд, необходимо обеспечить возможность совершенствования новации и обновления инновации на любой фазе жизненного цикла инновации. Для этого автором предложена модель организации инновационного процесса на микроуровне [10].

Рассматривая категорию «инновация», мы не можем не рассмотреть одно из основных понятий анализа инновации, ее жизненный цикл. В отличие от общепринятого в маркетинговом анализе понятия «жизненный цикл продукта», жизненный цикл инновации обладает некоторыми особенностями: в качестве объекта может выступать не только продукт, но и процесс (производственный или управленческий); жизненный цикл анализируется не только в рамках отдельной организации, но и в отраслевом, и в общеэкономическом масштабе, и поэтому этап зарождения инновации – это этап внедрения новшества (этапы зарождения и создания новшества – это этапы жизненного цикла новшества).

Начало жизненного цикла инновации на предприятии – это момент внедрения готового новшества. Данное положение значительно облегчает проведение анализа инноваций, так как первый этап жизненного цикла инновации совпадает с моментом признания в бухгалтерском учете соответствующих нематериальных и иных необоротных активов, а также с началом реализации соответствующих инвестиционных проектов. Если уверенность в положительном исходе разработок новшества на данном предприятии высока, то новационный и инновационный этапы не разорваны

в пространстве и тогда можно рассматривать инновационную деятельность данного предприятия как непрерывный цикл. Так как инновационная деятельность – это процесс, направленный на реализацию результатов завершенных научных исследований и разработок или других научно-технических достижений в виде нового или усовершенствованного продукта, который реализуется на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, который используется в практической деятельности, а также связанные с этим дополнительные научные исследования и разработки [11, с.469], то мы считаем возможным определение жизненного цикла инновационной деятельности как цикла, который включает в себя этапы создания новшества, внедрения и доведения новшества до стадии коммерческого применения.

Необходимо отметить, что включение в жизненный цикл инновационной деятельности этапа создания новшества, влияет на оценку инноваций в экономическом анализе, которая производится на базе стоимостных показателей. Разница в оценке может возникнуть только из-за включения или не включения в анализ затрат на исследования и разработки, не давшие положительного результата. При рассмотрении жизненного цикла инновации затраты этапа разработки новшества войдут в стоимость входящего ресурса – готового новшества. Оцениваться новшество должно по цене его возможного альтернативного использования, т. е. по рыночной цене, которая должна включать затраты на исследования, не давшие результата, а также некоторую норму прибыли. На наш взгляд, инновационная деятельность относительно узко трактует содержание этапа коммерциализации новаций. По существу, этот этап отождествляется с промышленным освоением результатов научно-технической деятельности. По нашему мнению, коммерческое использование результатов научной деятельности может осуществляться на более ранних этапах новационного процесса, чем конечный этап создания новшества. Более того, эффективность интеллектуальной собственности, приобретаемой

промышленным предприятием в виде интеллектуальных разработок, может существенно различаться в зависимости от стадии новационного этапа, на которой эти разработки находятся.

Следует отметить, что процессы коммерциализации новаций в нашей стране сдерживаются неразвитостью взаимоотношений участников инновационного процесса, затрудняющих доведение новаций до коммерческого использования. Инновационный процесс представляет собой комплексный процесс, объединяющий различных участников (фирмы, технологические центры, аналитические центры) множеством взаимосвязей, которые должны обеспечивать возможность рождения нового знания не только на новационном этапе, но и на инновационном этапе процесса[1]. Это даст возможность повышения окончательной величины «инновационной прибыли» на любом этапе инновационного процесса, так, например, эффект от новации в маркетинговой политике может существенно превысить первоначально ожидаемое значение инновационной прибыли, вызванной разработкой нового товара (технологии, услуги).

*Выводы.* Точное и правильное понимание сущности основных экономических терминов значительно облегчает исследование в области инноваций, оценку их эффективности, управления инновационной деятельностью предприятия, а также распространения и коммерциализацию инноваций.

### **Литература**

1. Прищепенко В.В., Прищепенко М.В. Принцип идеальности услуги как сущности новации – парадигма развития предприятия и отрасли // Инновации. – 2005. - № 2. – С. 43-47.
2. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. Учебник, 4-е изд. – СПб.: Питер, 2003. – 400 с.

3. Инновационный менеджмент. Многоуровневые концепции, стратегии и механизмы инновационного развития. / Под ред. В.М Аньшина, А.А. Дагаева. – М.: ДЕЛО, 2006. – 584 с.
4. Щербаха В.А. Основные этапы инновационного процесса // Инновации. – 2001. - № 4-5. – С. 104.
5. Уайт П. Управление исследованиями и разработками: Сокр. пер. с англ. / Под ред. Д.И. Бобрышева. – М.: Экономика, 1982.
6. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика. / Пер. с англ. Ю.Н. Кантуревского. – СПб.: Питер, 1999. – 560 с.
7. Медынский В.Г. Инновационный менеджмент. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 295 с.
8. Брайн Б.Т. Управление научно-техническими нововведениями. – М.: Экономика, 1989.
9. Райзберг Б.А. , Лазовский Л.Ш., Стародубцев Е.Б. Современный экономический словарь. – М.: Наука, 2005. – 386 с.
10. Кундеева Г.А. Модели инновационного процесса на микро- и макро уровнях // Проблемы науки. – 2007. - № 10. – С.
11. Федулова Л.І. Інноваційна економіка: Підручник. – К. Либідь, 2006. – 480с.