

Дергай В. А.

студентка

4 курс, факультет «Инженерно-экономический»

Ивашкевич В. А.

студент

4 курс, факультет «Инженерно-экономический»

*Научный руководитель: старший преподаватель
кафедры «Экономическая теория и маркетинг»*

Пузыревская А. А.

Белорусский государственный технологический университет,

Беларусь, г. Минск.

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ИННОВАЦИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация. В данной статье были рассмотрены основные этапы жизненного цикла инноваций, их отличия в условиях современной экономики. Установление жизненного цикла инноваций считается важным для реализации моделирования финансовых реалий. Теория жизненного цикла инновации представляет базисную значимость во время планирования, организации производства и процесса.

Ключевые слова: инновация; жизненный цикл; инноватика; технологии.

Dergai Violetta Aleksandrovna, Ivashkevich Vladislav Aleksandrovich
Belarusian State Technological University, (Minsk, Belarus)

THE LIFE CYCLE OF INNOVATION IN THE MODERN ECONOMY

Abstract. In this article the main stages of life cycle of innovations, their differences in the conditions of modern economy were considered. Establishment of life cycle of innovations is considered important for realization of modeling of

financial realities. The theory of life cycle of an innovation represents the basic importance during planning, the organizations of production and process.

Keywords: *innovation; life cycle; innovatics; technologies.*

В условиях планово-распределительной экономики исследование жизненного цикла инноваций имело в большей мере теоретическое значение. Непосредственное внимание уделялось содержанию и очередности работ по созданию и внедрению в производство новой техники, то есть научно-техническому циклу.

В условиях перехода к рыночной экономике понятие жизненного цикла приобретает важное значение. Знание закономерностей создания, своевременного обновления производства и предложения конкурентоспособной инновационной продукции позволяет предприятиям обрести достойное положение на рынках и перспективу дальнейшего устойчивого развития.

Установление жизненного цикла инноваций считается важным для реализации моделирования финансовых реалий. Во время планирования и организации производства и процесса теория жизненного цикла инновации является очень важной и представляет базовую значимость. Важным является следующее:

- теория жизненного цикла нуждается в регулярной деятельности по планированию производства инноваций, а также их покупке.
- в теория жизненного цикла руководитель должен исследовать бизнес-процесс, как и на сегодняшний день, так и на долгое время вперед;
- теория жизненного цикла лежит в основе исследования и планирования инноваций.

Анализирую инновации, не возникает сложности определить стадию жизненного цикла, её процесс на будущее, а именно, можно просчитать начало упадка и когда достигнет конечной точки.

Гринев В.Ф. в своей работе показал от и до жизненный цикл инновации поочередной сменой фаз: зарождение мысли и идеи о создании новейшего продукта; регулирование возможностей нового продукта, а также формирование; начало спада; снижение жизненного цикла и в последующем его переход в малый бизнес; упадок заинтересованности покупателей в продукции (маленький спрос). Такая очередность циклов существует на всех стадиях жизненного пути инновационного продукта.

В современной инноватике жизненный цикл представляют, как разновидность экономического цикла. За стадии принимают функциональные исследования, этапы СОПНТ, рост объема производства и реализации, насыщение рынка, затухание продаж и снятие с производства. При этом используют понятия "жизненный цикл новшества" (фундаментальные исследования, НИОКР, создание опытных образцов, их испытание на рынке, устаревание) и "жизненный цикл нововведения" (возникновение потребности в новшестве, его создание или приобретение, производственное освоение, диффузия и использование без изменения).

В большей части работ этапом становления жизненного цикла инновации считаются фундаментальные исследования, а не стратегический маркетинг. На самом деле, определенная в следствии маркетинговых изучений неудовлетворенная социальная потребность не выделяет представления о методе и средстве её удовлетворения. По этой причине маркетинговые исследования следует расценивать как индивидуальный вид инновационной деятельности, имеющий отличительные черты и данные.

Во время проведения базовых изучений, выявленная потребность может рассматриваться как явление, закономерности которого необходимо исследовать, либо как вопрос, для решения которого следует отыскать новый метод. Результаты базовых изучений могут и не носить никакого характера по удовлетворению общественной потребности.

Предпосылки зарождения инновационного процесса и начало жизненного цикла инновации появятся лишь в результате объединения

маркетинговых и базовых изучений. И только в дальнейшем можно будет говорить о том, что инновационный процесс начался с появления идеи удовлетворения каких-либо общественных запросов.

Можно выделить основные стадии жизненного цикла инновации, в основе которых лежат теории о жизненных циклах и современной экономики:

1) Разработка инновации. На данном этапе начинается проектирование и создание инновационного процесса, или другими словами происходит инвестиция денежных средств.

2) Продвижение нового товара на рынок. Этап характерен тем, что данный продукт начинает осваиваться на рынке, продаваться и приносить прибыль.

3) Повышение объема рынка. На данном этапе заметно увеличиваются продажи. Продолжительность стадии зависит от времени, в течение которого новый продукт стремительно продается и достигает границу насыщения рынка.

4) Полнота рынка. Рынок насыщен данным продуктом. Повышения объемов продаж не наблюдается.

5) Рынок уменьшается. На данной стадии происходит снижение реализации товара, но спрос, пока что еще, наблюдается.

6) Подъем. Корректируется кадровая политика, проходят изменения в ценовой политике, стимулируются продажи товара (подарки, скидки), в результате этого объем продаж увеличивается. Стадия занимает небольшой объем времени.

7) Выведение продукта с рынка. Объем продаж продукта резко падает до нуля. Данная стадия говорит о прекращении реализации и продажи товара ввиду полного отсутствия спроса на него.

Инновационное предпринимательство как бизнес-процесс включает в себя следующие стадии: поиск инновационной идеи и ее оценка, составление

бизнес-плана инновационного проекта, поиск необходимых ресурсов, управление созданным предприятием.

В теории, для инновации лучше перспектива на рынке тогда, когда стадия «моложе». Но не мало важным является то, с какой скоростью вы создадите новшество. Поэтому нового продукта будет ждать успех в том случае, если инновационный процесс происходит быстро. Иногда введение инновационного продукта затягивается на долгий период, а за это время возникают другие инновации, и ваш продукт уже не будет иметь такую ценность для потребителя и не составит большой конкуренции на рынке.

Если период рыночного жизненного цикла базовой или усовершенствованной модели инновации больше срока ее полезного использования, то есть потребительного жизненного цикла, то такая продукция конкурентоспособна. В противном случае она морально устаревает быстрее срока полезного использования, снижается ее потребительная стоимость, цена и эффективность. Для увеличения рыночного и потребительного циклов инноваций необходимо: максимизировать потребительные свойства, конкурентоспособность ее базовой модели за счет приобретения патентов, лицензий и других необходимых интеллектуальных продуктов, сократить длительность научной стадии жизненного цикла и время подготовки, освоения и производства инноваций.

Результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что приведенная классификация видов и стадий жизненного цикла инноваций является основой воспроизводственных экономических циклов, формирования целостной структуры хозяйственных комплексов на основе специализации и кооперирования субъектов их научно- производственной и инфраструктуры, оценки и стимулирования развития их инновационных потенциалов. Но, к сожалению, в настоящее время еще рано говорить об инновационной активности предприятий. Для решения этой проблемы, инновационная политика государства должна быть направлена на создание

правовой и экономической среды, благоприятной для развития предприятий инновационного типа, на поиск оптимальных путей развития экономики как целостной системы, финансовой и правовой поддержки инновационной деятельности, создание благоприятных условий для развития и функционирования эффективной инновационной инфраструктуры. Разработка концепции сбалансированного инновационного развития организаций позволит сформировать научно обоснованные методические положения и комплекс мер по активизации инновационной деятельности организаций для их устойчивого функционирования.

Список использованных источников

1. Филонович С.Р., Кушелевич Е.И. Теория жизненных циклов организации И. Адизеса и российская действительность // СОЦИС. 1996. № 10. С. 63.
2. Лапин Н.И. Системно-детальная концепция исследования нововведений: динамика и системный анализ. - М.: Экономика, 1986. - 316 с.
3. Морозов Ю.П. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. - Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 1997. - 130 с.
4. Гринев В.Ф. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. - К.: МАУП, 2000. - 148 с.
5. Завлин П.Н., Казарцев А.К., Миндель Л.Э. Основы инновационного менеджмента: Теория и практика: Учеб. пособие / Под ред. П.Н. Завлина и др. - М.: ОАО " НПО " Издательство "Экономика", 2000. - 475 с.
6. Гамидов Г.С., Колосов В.Г., Османов Н.О. и др. Основы инноватики и инновационной деятельности. - СПб.: Политехника, 2000. - 323 с.