

АНАЛІЗ ДЕЯКИХ ПОЛОЖЕНЬ ТЕОРІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ЦИКЛУ

©Романчик Т.В., 2017

Інноваційне оновлення виробництва є обов'язковою умовою успішного функціонування промислового підприємства в умовах ринку. Науково-технічний прогрес, глобалізація економічних процесів обумовлюють стрімкий зріст вимог споживачів до характеристик споживчої продукції, що оцінюють її за якістю, технічними чинниками, інноваційністю. Саме конкурентна боротьба спонукає вдосконалювати всі процеси, що відбуваються на підприємстві від організації виробництва до змін у системі збуту готової продукції та управління всіма етапами цих процесів.

Згідно теорії економічного розвитку, всі процеси в економіці відбуваються циклічно. Сучасні концепції циклічності дозволяють аналізувати економічні процеси й явища за принципами коливального характеру. Всі вони (життєві цикли товару, підприємства, проекту) в узагальненому вигляді складаються з низки фаз, що повторюються: зародження – підйом – спад. Не є виключенням також інноваційний процес.

Інноваційний розвиток теж відбувається циклічно, що проявляється як у вертикальній площині (в межах одного підприємства при переході від попереднього до наступного інноваційного циклу), так і у горизонтальному розповсюдженні (завдяки процесам дифузії інновацій). Орієнтуючись на теорію циклічності, цикл – це період часу між двома однаковими станами економічної кон'юнктури.

Дотепер серед науковців не існує єдиної думки щодо визначення інноваційного циклу. Майже всі вчені, які займаються дослідженням проблем інноваційного розвитку, однак, вважали, що початковим етапом інноваційної діяльності є пошук нових ідей, створення новини. Однак, стосовно кінцевого етапу інноваційного циклу бачення науковців розділились. На думку Л.С. Бляхмана [1, с. 51], він закінчується етапами використання і старіння. Л.С. Барютін [1, с. 5] вважає, що це розповсюдження і вдосконалення. Ю.В. Яковець говорить, що інноваційний цикл закінчується, коли «техніка, вичерпав свій потенціал, замінюється у виробництві і споживанні новою, більш ефективною, що реалізує ідеї більш високого рівня» [2, с. 47-48].

В кінцевому підсумку, всі формулювання кінцевих етапів інноваційного циклу вказують на настання стадії морального старіння об'єкту дослідження (продукту, послуги, техніки, технології тощо), коли необхідним стає вдосконалення або заміна застарілого зразку.

Кардинально інше бачення інноваційного циклу наведено у джерелах [3,4] За цим підходом інноваційний цикл може починатися:

- генеруванням ідей;
- придбанням патенту;
- придбанням ліцензії.

В якості кінцевого етапу інноваційного циклу розглядається:

- продаж патенту на технічне (технологічне) рішення;
- продаж ліцензії на право виготовлення товару;
- розгортання комерційного виробництва нового товару [3,4].

При більш детальному розгляді мова йде скоріш про інноваційну діяльність підприємства. На нашу думку, в даному підході спостерігається певна невідповідність загальному розумінню теорії циклічності. Початком або закінченням інноваційного циклу не можна вважати окремі (різні в окремих випадках) його етапи. Для повного завершення циклу розробка має пройти всі етапи від генерування ідеї до впровадження у виробництво. У випадку придбання або продажу новачки на проміжному етапі її розроблення чи створення, можна говорити про поетапне або дискретне проходження інноваційного циклу.

Аналіз поглядів на теорію інноваційного циклу дозволяє констатувати, що запропоновані підходи до визначення меж інноваційного циклу у загальному вигляді схожі з етапами життєвого циклу проекту. В цьому немає протиріччя. Розробка й впровадження інновацій здійснюється за проектним підходом. Протиріччя простежується при співставленні дефініції «інновація» та етапів інноваційного циклу. Інновація являє собою матеріалізований результат, отриманий від вкладання капіталу в нові впровадження на виробництві. В умовах депресивної економіки нових впроваджень може не спостерігатися тривалий період часу. У такому випадку можна говорити про старіння інновації. При більш детальному розгляді впровадження, що використовується на підприємстві тривалий час, часто застосоване також в діяльності інших компаній завдяки процесу дифузії, знаходячись на стадії старіння, взагалі не сприймається як інновація.

В науковій літературі існує думка, що «інновація закінчується при остаточному вичерпанні можливостей технічного і економічного вдосконалення новації або корінній зміні потреб» [5, с. 20]. Таке формулювання інноваційного циклу дорівнює його до життєвого циклу проекту. Однак кожен з них в силу своїх особливостей має відмітні риси.

За визначенням російських вчених, «життєвий цикл інновації представляє собою повний період часу, на протязі якого інновація володіє активною життєвою силою і приносить виробнику прибуток або іншу реальну користь» [6]. Але аналогічним чином може бути визначено і життєвий цикл нового продукту (товару). При цьому інновація обмежена у часі. У випадку багаторічної незмінної роботи підприємства не можна вважати придбане десятки років тому обладнання інновацією.

За загальним підходом, цикл життя товару за часом коротший за його економічний цикл, який включає фази створення. З цього випливає, що життєвий цикл інновації є складовою частиною економічного циклу нового продукту. Кінцевий етап життєвого циклу інновації є початком життєвого циклу продукту або засобом подовження етапу зрілості продукту, що вдосконалюється.

На наш погляд, за межу закінчення інноваційного циклу можна вважати закінчення етапу впровадження новації та початок її освоєння. Далі починається процес старіння новації під впливом науково-технічного прогресу, розповсюдження інформації, трансфер технологій [7].

Отже, виходячи з того, що інноваційний цикл є складовою частиною економічного циклу продукту, являючи собою стадію його створення, початковим етапом інноваційного циклу є генерування ідей, а кінцевим етапом – впровадження інновації. Всі наступні стадії є етапами життєвого циклу інноваційного продукту.

1. Пугина Л.И. К вопросу экономического содержания и классификации инноваций / Л.И. Пугина // Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. – 2014. - №10. - С. 131-140.

2. Яковец Ю.В. Глобальные экономические трансформации XXI века монография / Ю.В. Яковец. – М.: Экономика, 2011. – 377с.

3. Ілляшенко С.М. Роль і завдання маркетингу інновацій на етапах інноваційного і життєвого циклу товару / С.М. Ілляшенко // Електронний ресурс. – Режим доступу: http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/16001/1/2009_8.pdf

4. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: Монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М.Ілляшенка. - Суми: ВТД „Університетська книга”, 2008. – 615 с

5. Сорокин А.В. Резервы повышения эффективности инновационной деятельности промышленных предприятий / Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Специальность: 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством. – Москва, 2006 – 162 с.

6. Агарков С.А. Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика. / С.А. Агарков, Е.С. Кузнецова, М.О. Грязнова // Изд-во «Академия естествознания». 2011. - Электронный ресурс. – Режим доступу: - <http://www.rae.ru/monographs/112>

7. Романчик Т. В. Теорія інновації: дослідження понятійного апарату / Т. В. Романчик // Бизнес Информ. – 2014. № 10. С. 138-142.