

Содержание и структура инновационного процесса (Ч.5)

Некоторые исследователи, например, К.Лобков, объединяют этапы строительство, освоение, производство, маркетинг и сбыт в один этап – коммерциализация. Модель простой формы инновационного процесса, согласно К.Лобкову, показана в таблице.

Простая межорганизационная форма инновационного процесса обычно отображается в виде модели, объединяющей простой инновационный процесс, показанный выше, с моделью жизненного цикла нового продукта или услуги. Данного рода модель часто называется жизненным циклом инновационного процесса (см. рисунок).

Таблица. Основные этапы инновационного процесса по К.Лобкову

Этап	1	2	3	4
Наименование этапа	Проведение поисковых научно-исследовательских работ	Проведение прикладных научно-исследовательских работ	Поведение опытно- и проектно-конструкторских работ	Освоение производства новой продукции и коммерциализация инноваций
Результаты этапов	Выдвижение, обоснование и экспериментальная проверка идей о новых методах удовлетворения общественных потребностей	Определение количественных характеристик новых методов посредством разработки технических заданий и технических проектов на опытно-конструкторские и проектно-конструкторские работы, технологических инноваций	Создание опытных образцов новой продукции, корректировка и передача отработанной технической документации	Полная окупаемость инвестиций в процессе реализации (коммерциализации) выпускаемой продукции, получение дохода
Источники ресурсов	Государственный бюджет с привлечением коллективных частных инвестиций	Государственный бюджет, средства заказчиков, инновационные консорциумы,	Собственные средства промышленных организаций, средства заказчиков и государственный	Собственные средства организаций, эмиссия ценных бумаг и банковские кредиты, частичная поддержка

		объединения и фонды	бюджет	со стороны государства
--	--	---------------------	--------	------------------------

Стадии жизненного цикла простого межорганизационного инновационного процесса

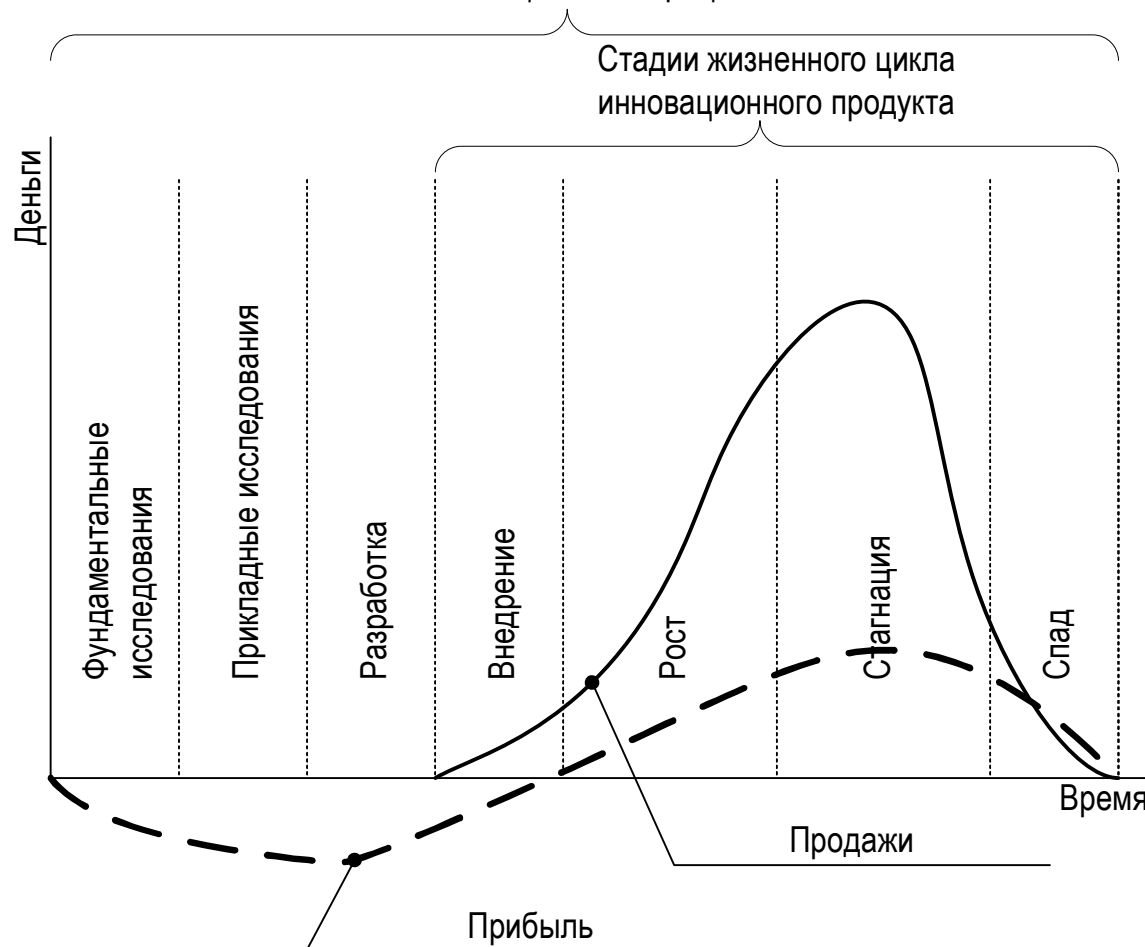


Рисунок. Модель жизненного цикла инновационного процесса

На показанной, на рисунке модели инновационный процесс как бы «раскрывается вовне» после момента внедрения. Здесь инновационный продукт (или услуга) уже перестает быть достоянием одной единственной компании и может производиться другими организациями. Вслед за этапом внедрения начинается рост рынка инновационного продукта, на котором работают, как правило, несколько различных конкурирующих между собой компаний. После роста неизбежно наступает стагнация, а в некоторых случаях и спад. С помощью сплошной линии показана кривая продаж инновационного продукта, а прерывистая линия показывает прибыль, получаемую от производства и продвижения продукта. Из рисунка видно, что вплоть до внедрения инновационный процесс характеризуется отрицательными экономическими показателями. При этом вплоть до этапа внедрения определить вероятность успеха инновационного продукта чрезвычайно сложно.

Расширенный инновационный процесс представляет собой совокупность действий различных участников инновационной деятельности, связанных с возникновением инновации, ее внедрением и распространением в рамках больших отраслевых, региональных, национальных или глобальных экономических систем.

К.Лобков выделяет в расширенном инновационном процессе четыре основные стадии:

- Зарождение – осознание потребности и возможности изменений, поиск и разработка новшеств;
- Освоение – внедрение, эксперимент, осуществление производственных изменений;
- Диффузия – распространение, тиражирование и многократное повторение на других объектах;
- Рутинизация – стабилизация инновации и потеря ею всяческой новизны.

Более развернутая модель расширенного инновационного процесса разработана В.Казаковым и А.Лесным (см. рисунок).

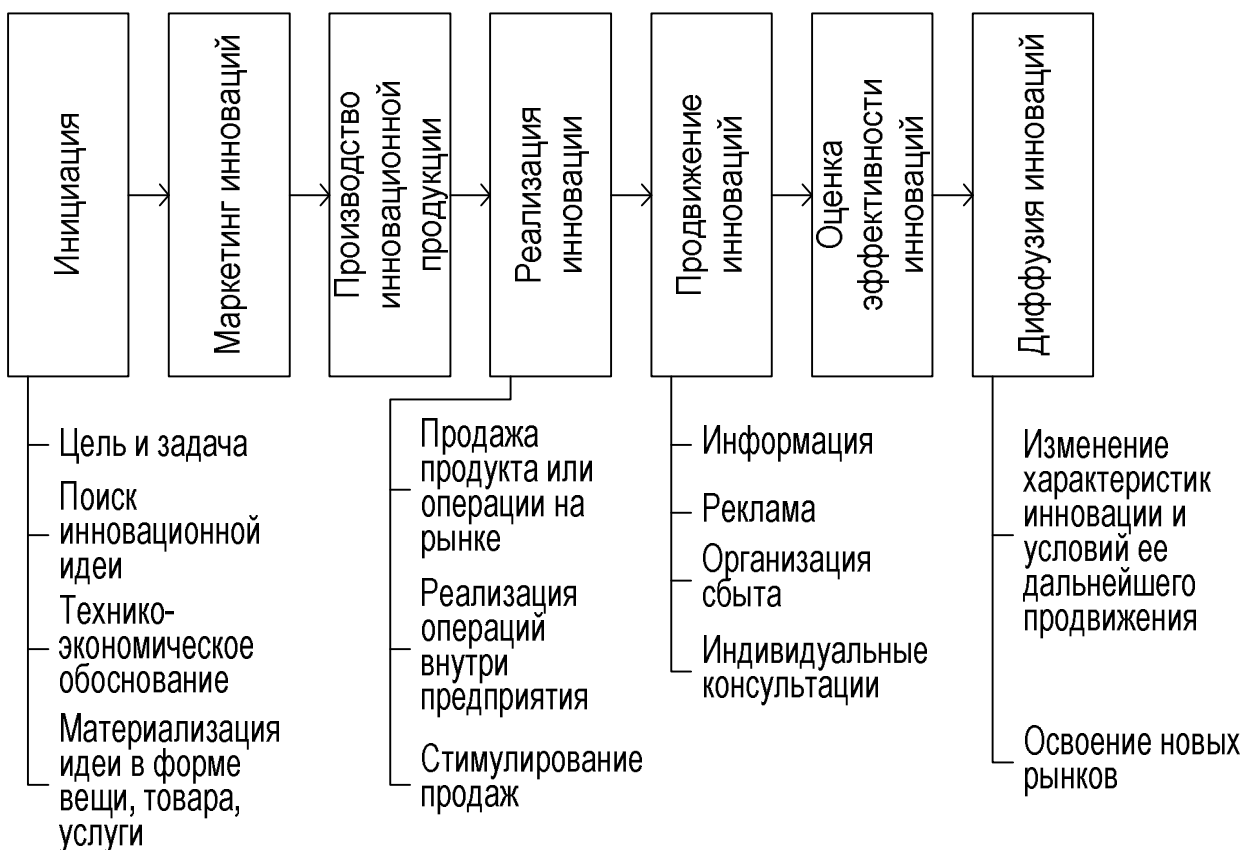


Рисунок. Схема расширенного инновационного процесса

Началом расширенного инновационного процесса является инициация, которая понимается как определение целей будущей инновации, постановку задачи, поиск новых идей, их технико-экономическое обоснование и материализацию посредством опытно-конструкторских работ и освоения производства.

В ходе технико-экономического обоснования инновации проводятся маркетинговые исследования предлагаемой инновации. В ходе этих исследований изучается спрос на новый объект, определяется потенциальный объем выпуска, потребительские свойства и характеристики. Затем начинается реализация или продажа инновации в виду вначале небольшой партии инновационной продукции, ее продвижение на рынке, оценка эффективности и диффузия.