

3.4. МОДЕЛИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СПРОСА НА ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ

Ужахова А.М., аспирант, Экономический факультет, кафедра «Финансы и кредит»

ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова», г. Москва

Исследование посвящено комплексу теоретико-методологических вопросов прогнозирования спроса на инновационный продукт. Полученные в работе выводы основаны на систематизации устоявшегося опыта, исследовании наиболее распространенных (диффузных) моделей прогнозирования спроса на инновации, анализе моделей Э. Роджерса и Ф. Басса. По результатам проведенного исследования разработаны рекомендации, которые помогут в дальнейшем построить экономико-математическую модель прогнозирования спроса на инновационный продукт.

Литература

1. Барановский С.И. Теория моделирования диффузии инноваций [Текст] / С.И. Барановский // Наука и инновации. – 2018. – №10. – С. 31-35.
2. Дубинина М.Г. Исследование современных подходов к моделированию процессов распространения технологий в наукоемких отраслях [Текст] / М.Г. Дубинина // Труды ИСА РАН. – 2015. – №3. – С. 43-54.
3. Отчет KPMG: корпоративные инновации [Электронный ресурс]. – URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ru/pdf/2017/11/ru-ru-corporate-innovations.pdf>.
4. Пузанов К.А. Современные модели распространения инноваций: критический анализ [Текст] / К.А. Пузанов // Социология власти. – 2012. – №6-7. – С. 82-99.
5. Цветкова Н.А. Модели распространения инноваций: от описания к управлению инновационными процессами [Текст] / Н.А. Цветкова, И.Л. Туккель // Инновации. – 2017. – №11. – С. 106-111.
6. Informa [Электронный ресурс] : официальный сайт агентства. – Режим доступа: <https://informa.com/>.
7. Aizstrautaa D. Applying theory of diffusion of innovations to evaluate technology acceptance and sustainability [Text] / D. Aizstrautaa // Procedia computer science. – 2015. – No. 3. – Pp. 69-77.
8. Dearing J. Diffusion of innovations theory, principles, and practice [Text] / J. Dearing // Health affairs. – 2018. – No. 2. – Pp. 183-190.
9. Iyengar R. Opinion leadership and social contagion in new product diffusion [Text] / R. Iyengar // Marketing science. – 2011. – No. 2. – Pp. 195-212.
10. Kumar N. Review of innovation diffusion models [Text] / N. Kumar // Working paper. – 2015. – No. 1. – Pp. 1-53.
11. Manly J. Which innovation model is right for your company? [Electronic resource] / BCG research. – URL : <https://www.bcg.com/ru-ru/publications/2017/innovation-strategy-product-development-model-right-for-you.aspx>.
12. Mik E. New product demand forecasting [Text] / E. Mik // Research paper business analytics. – 2019. – No. 1. – Pp. 2-33.
13. Park S.-J. Valuation of adopters based on the Bass model for a new product [Text] / S.-J. Park // Technological forecasting and social change. – 2016. – No. 108. – Pp. 63-69.
14. Smith R. Integrating models of diffusion and behavior to predict innovation adoption, maintenance, and social diffusion [Text] / R. Smith // J. of health communication. – 2018. – No. 23. – Pp. 264-271.
15. Zhang X. Frugal innovation and the digital divide: developing an extended model of the diffusion of innovations [Text] / X. Zhang // International j. of innovation studies. – 2018. – No. 2. – Pp. 53-64.

Ключевые слова

Инновации; инновационный продукт; цифровая экономика; цифровизация; прогнозирование спроса; диффузная модель; модель Роджерса; модель Басса; объем продаж; цена.

Ужахова Арубика Магомедовна

РЕЦЕНЗИЯ

Актуальность темы объясняется тем, что она посвящена одной из ключевых проблем инновационного проектирования – проблеме прогнозирования спроса на инновации.

Научная новизна работы состоит в развитии методологии прогнозирования спроса на инновационный продукт. В статье систематизированы модели, представленные в трудах зарубежных и отечественных ученых, проанализированы диффузные модели (на примере работ Э. Роджерса и Ф. Басса), определены ключевые проблемы их теоретической логики. Практический интерес представляют рекомендации, позволяющие в дальнейшем построить экономико-математическую модель прогнозирования спроса на инновационный продукт.

Заключение: рецензируемая статья отвечает требованиям, предъявляемым к научным публикациям, и может быть рекомендована к опубликованию.

Белова Л.Г., д.э.н., доцент, заместитель заведующего кафедрой мировой экономики по научной работе ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова», г. Москва.