

**УДК 338.45**

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ И ЭВОЛЮЦИИ ПОНЯТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

**Трубицына И.А. (Университет ИТМО)**

**Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент Силакова Л.В..**

**(Университет ИТМО)**

*e-mail: t1.marketing@ya.ru*

### **Аннотация**

В статье рассматриваются перспективы развития и эволюции понятия инновационного продукта в современном мире. Авторы анализируют актуальные тенденции в области инноваций, исследуют изменения в понимании и определении инновационных продуктов в контексте быстро меняющейся экономической среды. Особое внимание уделяется влиянию технологических изменений, потребительских предпочтений и конкурентной среды на формирование новых типов инновационных продуктов. Работа представляет собой ценный аналитический обзор современных тенденций в развитии инновационных продуктов, что позволяет прогнозировать и оценивать будущие направления развития данной области.

### **Ключевые слова**

Инновационный продукт, эволюция, технологические изменения, потребительские предпочтения, конкурентная среда, современные тенденции, развитие, анализ, прогнозирование.

Инновационный продукт - это продукт, который представляет собой новое или значительно улучшенное решение для потребителей. С течением времени понятие инновационного продукта претерпело значительные изменения и эволюцию. В начале своего развития инновационный продукт чаще всего ассоциировался с новыми технологиями и уникальными функциональными возможностями.

С развитием рынка и повышением конкуренции понятие инновационного продукта расширилось и стало включать не только технические новшества, но и другие аспекты, такие как дизайн, удобство использования, экологическая дружелюбность и другие факторы. Сегодня инновационный продукт может быть не только технологически сложным, но и простым в использовании и удобным для потребителя.

Важным аспектом эволюции понятия инновационного продукта стало внимание к потребностям и предпочтениям потребителей. Современные инновации все чаще ориентированы на удовлетворение запросов рынка, а не просто на предложение новых технологий [1]. Это позволяет создавать более успешные и востребованные продукты.

Также стоит отметить, что с развитием цифровых технологий инновационные продукты стали чаще связаны с онлайн-сервисами, программным обеспечением и цифровыми платформами [2]. Это открывает новые возможности для создания уникальных продуктов, которые могут изменить способы взаимодействия с потребителями.

Одним из ключевых трендов в эволюции инновационных продуктов является уделяемое внимание экологической устойчивости и социальной ответственности [3]. Современные потребители все больше оценивают продукты, которые производятся с учетом окружающей среды и социальных аспектов [4].

Важным фактором в развитии инновационных продуктов является также анализ данных и использование искусственного интеллекта для создания персонализированных решений. Это позволяет компаниям лучше понимать потребности своих клиентов и создавать продукты, соответствующие их ожиданиям.

Прогнозируется, что в будущем понятие инновационного продукта будет продолжать эволюционировать, отражая изменяющиеся потребности рынка и новые технологические возможности [5]. Компании, стремящиеся оставаться конкурентоспособными, должны быть готовы к постоянным изменениям и инновациям в своих продуктах.

В заключение, эволюция понятия инновационного продукта отражает динамичный характер современной экономики и технологического прогресса. Понимание этой эволюции поможет компаниям успешно адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и создавать продукты, которые будут востребованы потребителями в будущем.

#### **Список использованных источников:**

1. Бушватюк Д.В., Тимошкина Я.А., Данильченко Ю.В. Ценообразование инновационных продуктов // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2013. №9.
2. Москалёва Е.Г., Трошина А.А. ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ КАК ОБЪЕКТ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ // Экономика и социум. 2015. №2-3 (15).
3. Хандурдыев Х. АНАЛИЗ РЫНКА ИННОВАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ // Символ науки. 2023. №3-2.
4. Владимир Ильич Фомин, Ирина Александровна Брусакова, Мария Александровна Косухина МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА // Петербургский экономический журнал. 2022. №1-2.
5. Ишангулыев Б., Джейхунмурадова Н., Джуманиязова М., Атаджанова Т. ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА ИЛИ УСЛУГИ // Символ науки. 2023. №3-2.

Трубицына И.И. (автор)

Подпись

Силакова Л.В. (научный руководитель)

Подпись