

УДК 338

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА

Милана Сивякова, Лилия Сулова

РАНХиГС Владимирский филиал (Росія)

Важнейшим фактором развития предприятия является определение основных направлений повышения его конкурентоспособности. Здесь важно сформировать новый подход в оценке конкурентоспособности товаров услуг. Такая оценка должна проводиться комплексно и включать в себя как количественные, так и качественные показатели.

Рассмотрим понятие конкурентоспособности. В частности, Е. С. Русак и Е. И. Сапёлкин определяют конкурентоспособность как способность создавать и использовать стратегические факторы успеха, выгодно отличающие предприятие от конкурентов и дающие определенные рыночные преимущества выпускаемой продукции [1].

Одним из стратегических факторов успеха производственного предприятия может быть разработка и продвижение инновационного проекта.

Инновационный проект – это система мероприятий, направленная на достижение поставленных целей и задач по средствам внедрения инноваций.

Инновация – новая или улучшенная продукция (товар, работа, услуга) способ (технология) ее производства или применения, нововведение или усовершенствование в сфере организации и (или) экономики производства и (или) реализации продукции, обеспечивающие экономическую выгоду, создающие условия для такой выгоды или улучшающие потребительские свойства продукции (товара, работы, услуги) или улучшенная продукция (товар, работа, услуга) способ (технология) [2].

Рассмотрим алгоритм комплексной оценки конкурентоспособности производственного предприятия при внедрении инновационного проекта (рис. 1).



Рис. 1. Алгоритм комплексной оценки инновационного проекта

На рисунке представлен алгоритм, состоящий из 6 этапов. На первом этапе алгоритма проводится качественная оценка.

В основе качественной оценки конкурентоспособности предприятия предлагаем использовать инструменты теории решения изобретательских задач (ТРИЗ). Генрих Саулович Альтшуллер создал ТРИЗ как технологию изобретательского творчества, связанную с изменением техники, развивающийся по определенным законам. Изучив сотни патентов, Альтшуллер вывел определенный алгоритм развития технических систем. Изначально ТРИЗ применялась инженерами и изобретателями, сегодня теория успешно используется в различных сферах, например, в педагогике, искусстве и экономике.

На данном этапе важнейшим моментом является определение цели, которая стоит перед менеджментом предприятия. В зависимости от этого, подбираются инструменты ТРИЗ для решения задач в достижении поставленной цели. Например, на предприятии стоит цель – снижение себестоимости продукции за счет внедрения инновационного продукта. Так переходим ко второму этапу алгоритма – осуществляем качественную оценку инновационного продукта при помощи такого инструмента ТРИЗ, как функциональный анализ.

Функциональный анализ инновационного продукта – исследование, целью которого является выявление его потребительских свойств (функциональных качеств).

При проведении функционального анализа продукт рассматривается с точки зрения набора главных параметров продукта для потенциального потребителя. Чтобы выбор таких параметров не был субъективен, рекомендуется провести опрос потенциальных потребителей. Например, основная функция мобильного телефона – прием и передача звонков – давно отодвинута на второй план, и потребитель выбирает телефон, исходя из других своих предпочтений (качество камеры, водостойкость и другие).

Затем используется такой инструмент ТРИЗ, как бенчмаркинг.

Бенчмаркинг – это концепция изучения, сравнения и применения лучшего делового опыта для совершенствования деятельности собственного предприятия [3].

Проводится разбор аналогичных параметров инновационного продукта у предприятий конкурентов. Главные параметры продукта конкурента сравниваются с главными параметрами инновационного продукта, производственного предприятия. Затем проводится анализ слабых и сильных сторон инновационного продукта, учитывая мнение потенциальных потребителей. Инновационный продукт сравнивается с продуктом конкурента, учитывая степень важности каждого параметра продукта выявленного при проведении функционального анализа [4].

На третьем этапе алгоритма анализируются данные, полученные на втором этапе, и определяется, нужно ли вносить изменения на этапе создания инновационного продукта, если нужно, то какие. Затем снова проводится качественный анализ, и если в процессе создания не нужно вносить изменения – переходим к пятому этапу алгоритма – количественной оценке проекта. Расчет будет производиться методом ФСА (функционально стоимостного анализа).

Анализ осуществляется путем сравнения значимости функции продукта и затрат на его изготовление и реализацию. Данные величины оценивают в процентах, принимая за 100 % всех функций и затрат на эти функции.

Приведем в пример компьютерную мышку. Компания Apple, занимающая лидирующие позиции в инновационных технологиях, производят однокнопочные мышки, перенеся функции двух кнопок на одну.

На пятом этапе проводится оценка инновационного проекта с использованием методов индекса доходности (ИД), внутренней нормы доходности (ВИД), срока окупаемости, расчета точки безубыточности.

После проведения оценки проекта с точки зрения доходности принимается решение о его внедрении. Здесь нужно ответить на вопрос – достигли ли мы цели поставленной на первом этапе? Например, снизим ли мы себестоимость производства за счет внедрения инновационного проекта. При положительном ответе планируются мероприятия вывода инновационного продукта на рынок и его продвижение. При отрицательном ответе проект направляется на доработку и решается вопрос об изначальном целеполагании.

Список использованных источников

1. Дёмин С. А. Понятие конкурентоспособности предприятия в современных условиях / С. А. Дёмин // Вестник Омского университета. – 2011. – № 3. – С. 325–329.
2. Кулагин А. С. Немного о термине инновация // Инновации. – 2004. – № 7. – С. 77.
3. Латушко М. Бенчмаркинг – метод управления бизнесом / Латушко М., Радько М. // Наука и инновации. – 2015. – Режим доступа: <http://innosfera.by>. Дата обращения 26.04. 2019 г.
4. Пустов Л. Ю. Обзор современных методик сравнения конкурирующих систем. – Режим доступа: <https://metodolog.ru>. Дата обращения 26.04.2019 г.