

ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 338

Екатерина Дмитриевна Кузина, аспирант каф. Менеджмент и маркетинг, Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, инженер планово-экономического отдела ОАО «Домостроительного комбината №2» (ОАО «ДСК № 2») Тел.: 8 (930) 708-03-94 Эл. почта: Kuzina_Ekaterina@yahoo.com

В статье предложен механизм оценки конкурентоспособности инновационных проектов предприятия. Основное внимание уделяется критериям, влияющим на конкурентоспособность инновационных проектов. Показан механизм расчета относительной рыночной привлекательности и относительного инновационного потенциала предприятия для реализации инновационного проекта.

Ключевые слова: конкурентоспособность, инновационный проект, рыночная привлекательность инновационного проекта, инновационный потенциал инновационного проекта.

Ekaterina D. Kuzina, Post-graduate student, the Department of Management and Marketing, Nizhny Novgorod State University of Architecture and Civil Engineering, Engineer of planning and economic department of house-building company № 2 (OAO "DSK № 2", JSC) Tel.: 8 (930) 708-03-94 E-mail: Kuzina_Ekaterina@yahoo.com

FORMING THE ASSESSMENT MECHANISM OF ENTERPRISES' INNOVATIVE PROJECTS COMPETITIVENESS

The author proposes a mechanism to estimate the competitiveness of enterprises' innovative projects. The focus is on the criteria affected the competitiveness of innovative projects. The mechanism of calculating the relative market attractiveness and the relative innovative potential of enterprise to implement innovative project is shown.

Keywords: competitiveness, innovation project, market attractiveness of innovative project, innovative potential of innovative project.

1. Введение

В современных условиях одним из основных источников повышения конкурентоспособности инновационных проектов и предприятий в целом является инновационная деятельность. Реализация научно-исследовательских работ и перспективных разработок в форме инновационных проектов обеспечивает предприятию предпосылки для удержания существующего положения на рынке и создания новых конкурентных преимуществ.

Под конкурентоспособностью инновационного проекта целесообразно рассматривать способность предприятия разработать и вывести на рынок инновационный продукт, который может быть выгодно проданным. Но в таком определении будет рассматриваться только «внешняя» конкурентоспособность инновационного проекта. Между тем, существует также понятие «внутренней» конкурентоспособности – в зависимости от состояния отдельных составляющих инновационного потенциала, в том числе имеющегося ресурсов, для предприятия может быть возможна (или просто более выгодна) реализация только некоторых из имеющихся вариантов инновационных проектов. Конкурентоспособность инновационного проекта должна рассматриваться не только как анализ конкурентоспособности полученного в результате его реализации продукта по отношению к аналогам, но как анализ конкурентоспособности собственно проекта по отношению к другим возможным проектам.

Таким образом, итоговое определение конкурентоспособности инновационного проекта будет обозначать способность предприятия разработать и вывести на рынок инновационный продукт, который может быть выгодно проданным, на основе наиболее полной реализации инновационного потенциала предприятия.

Проанализировав предложенное определение, можно сделать вывод о том, что критериями конкурентоспособности инновационных проектов следует считать:

- способность продукта, получаемого в результате реализации инновационного проекта, быть выгодно проданным на рынке;
- соответствие инновационного потенциала предприятия заложенным в проекте требованиям.

2. Критерии конкурентоспособности инновационных проектов

Рассмотрим сначала первый критерий – способность итогового продукта быть выгодно проданным на рынке. Более лаконично данный критерий можно обозначить как «рыночная привлекательность». В литературе рыночная привлекательность оценивается на основе анализа ряда показателей, из которых наиболее значимыми большинство авторов признают следующие:

- емкость рынка, на который планируется вывести продукт;
- предполагаемые темпы роста этого рынка;
- доля, которую предположительно займет на этом рынке полученный в результате реализации инновационного проекта продукт.

Если перед предприятием стоит задача не просто определить, насколько выгодно может быть продан на рынке полученный в результате реализации инновационного проекта продукт, а рассчитать конкурентоспособность инновационного проекта, необходимо сразу определиться с базой для сравнения – с объектами, рассматриваемыми в качестве конкурентов. Для рыночной привлекательности инновационного проекта в соответствии с традиционной для вышеприведенных показателей методологией в качестве такой базы могут использоваться уже обращающиеся на рынке товары-аналоги. В случае прорывных инноваций (принципиально новых товаров или технологий) в качестве конкурентов следует выбирать наиболее близкие в аспекте удовлетворения нужд потребителя аналоги.

Показатель, полученный в результате сравнения итогового продукта, получаемого в результате реализации инновационного проекта, и аналогов по вышеперечисленным переменным, характеризующим способность данного продукта быть выгодно проданным на рынке, обозначим как «относительная рыночная привлекательность инновационного проекта» ОРП.

Проанализируем теперь второй критерий конкурентоспособности инновационных проектов – соответствие инновационного потенциала предприятия

заложенным в проекте требованиям. Очевидно, что реализация любого инновационного проекта требует наличия некоторого минимума финансовых, кадровых, информационных и прочих ресурсов. Без реального наличия и без возможности привлечения ресурсов хотя бы в этом минимальном объеме реализовать проект будет невозможно. С другой стороны, дополнительное (превышающее необходимый минимум) количество ресурсов того или иного вида, в частности, в объеме, превосходящем ресурсную обеспеченность конкурента, во многих случаях может существенно повысить конкурентоспособность инновационного проекта – как внешнюю, так и внутреннюю. Рост конкурентоспособности при этом становится возможен за счет повышения качества итогового продукта или за счет сокращения затрат.

Само понятие инновационного потенциала многими авторами трактуется как мера готовности предприятия выполнять задачи, обеспечивающие достижение поставленных инновационных целей, при имеющихся в наличии финансовых, кадровых, научно-технических, организационно-управленческих, информационно-методических и маркетинговых ресурсах [3, 5]. Из приведенного определения понятно, что инновационный потенциал любого предприятия складывается из нескольких составляющих. Для разных предприятий в разных ситуациях приоритетными могут становиться те или иные составляющие. Следовательно, для дальнейшей разработки методики расчета ключевых критериев конкурентоспособности инновационного проекта необходимо, в первую очередь, определить, какие конкретно составляющие инновационного потенциала будут рассматриваться.

3. Методика расчета ключевых критериев конкурентоспособности инновационных проектов предприятия

Разрабатываемая методика должна быть универсальной, следовательно, необходимо выделить такие составляющие инновационного потенциала, которые будут применимы в любой компании, независимо от профиля ее деятельности и условий, в которых она находится. Отметим, что в значимость каждой составляющей в каждой конкретной ситуации регулируется с помощью весовых коэффициентов, позволяющих менять вклад отдельных показателей в интегральный показатель

инновационного потенциала пропорционально определенному на основе экспертных оценок уровню их влияния на общий инновационный потенциал.

Дальнейшая конкретизация составляющих инновационного потенциала представляется возможной на основе анализа преимуществ над конкурентами, которыми потенциально может обладать предприятие в ходе реализации инновационного проекта и которые позволяют данному предприятию реализовать проект более эффективно – с лучшим, чем у конкурентов, качеством итогового инновационного продукта или с меньшими затратами. Анализ литературы позволил выделить следующие пять видов таких преимуществ:

– превосходство над конкурентами в области управления персоналом, задействованным в инновационном проекте – в данном случае подразумевается, что наличие необходимого объема ресурсов достаточной квалификации позволит реализовать проект на более высоком уровне и с меньшими усилиями;

– превосходство над конкурентами в инвестициях в инновационный проект – финансирование за счет собственных средств позволит снизить затраты, а максимизация объема привлеченных инвестиций – реализовать более масштабный проект;

– превосходство над конкурентами в технологической области – облада-



Рис. 1. Комплексный подход к обеспечению конкурентоспособности инновационных проектов

ние новыми, и тем более уникальными технологиями может позволить предприятию создать продукт, который конкуренты превзойти не смогут, а в перспективе – стать лидером или, возможно, даже монополистом рынка (в случае прорывной инновации) или как минимум снизить издержки и повысить качество продукции;

– превосходство над конкурентами в сфере маркетинга инноваций – не всегда успеха на рынке добиваются действительно лучшие продукты, ведь потребители не обладают всей полнотой информации о качестве предлагаемых им товаров и, тем более, о преимуществах всех появляющихся новинок, в связи с этим хорошая маркетинговая стратегия может позволить предприятию занять большую долю рынка, даже если оно предлагает продукт, который в действительности не превосходит продукты конкурентов;

– превосходство над конкурентами в информационной сфере – в данном случае под превосходством в информационной сфере подразумеваются два аспекта – обладание интеллектуальной собственностью, позволяющей получить актуальное преимущество над конкурентом и более высокое качество функционирования информационных систем, которое позволит предприятию организовать инновационную деятельность на более высоком уровне – в пер-

вую очередь в аспекте поиска новых концептуальных решений, а также в направлении повышения системности и комплексности инновационной политики предприятия.

По аналогии с первым из рассмотренных критериев конкурентоспособности инновационного проекта (относительной рыночной привлекательностью), необходимо оценить не просто значения каждого из потенциалов, а именно превосходство над конкурентами в каждой из анализируемых областей. Соответственно, базой для сравнения в данном случае будут показатели конкурентов по аналогичным составляющим инновационного потенциала. Итоговый показатель можно обозначить как «относительный инновационный потенциал инновационного проекта» ОИП. Его расчет, аналогично, будет осуществляться через суммирование взвешенных по значимости показателей каждого потенциала.

Исследования показывают, что при разработке и реализации инновационных проектов и программ должны быть учтены не только внутренние ресурсы и возможности предприятия. Это объясняется тем, что инновационные проекты должны быть адекватны факторам внешней среды и положительно приняты потребителями.

Для эффективной адаптации инновационных проектов к факторам

внешней среды и обеспечения их конкурентоспособности необходимо осуществление интеграционных процессов в деятельности предприятий по двум направлениям (рис. 1).

С одной стороны, необходима активизация собственных исследований и разработок, которая позволит повысить и реализовать инновационный потенциал предприятия при внедрении инновационных проектов. С другой стороны, обеспечение конкурентоспособности инновационных проектов предприятия реализуется на основе формирования рыночной привлекательности инновационных проектов.

Таким образом, как видно из рисунка 1, ключевым средством повышения конкурентоспособности инновационных проектов является развитие инновационного потенциала предприятия.

Сгруппировав коэффициенты по ключевым для управления конкурентоспособностью инновационного проекта составляющим инновационного потенциала, получаем детальную структуру относительного инновационного потенциала, которая приведена на рис. 2 и включает пять потенциалов, состоящих каждый из набора наиболее важных для целей оценки инновационного проекта параметров.

Относительные потенциалы в составе интегрального инновационного потенциала рассчитываются как сумма взвешенных по значимости относительных показателей.

Для определения весовых коэффициентов значимости показателей используется метод экспертных оценок.

Таким образом, интегральный относительный инновационный потенциал предприятия для реализации инновационного проекта можно представить в следующем виде:

$$ОИП = k_K \times КПн_{отн} + k_{II} \times ИПн_{отн} + k_T \times ТПн_{отн} + k_M \times МПн_{отн} + k_{ИНФ} \times ИНФП_{отн}, \quad (1)$$

где $k_K, k_{II}, k_T, k_M, k_{ИНФ}$ – весовые коэффициенты значимости каждого из относительных потенциалов в составе интегрального относительного инновационного потенциала предприятия, представленного на рисунке 2.

Необходимость оценки перспектив новой технологии на рынке связана с тем, что на практике даже оригинальные с технической точки зрения новшества могут оказаться не востребованы, например, в силу отсутствия достаточного объема целевой аудитории, заинтересованной появившейся

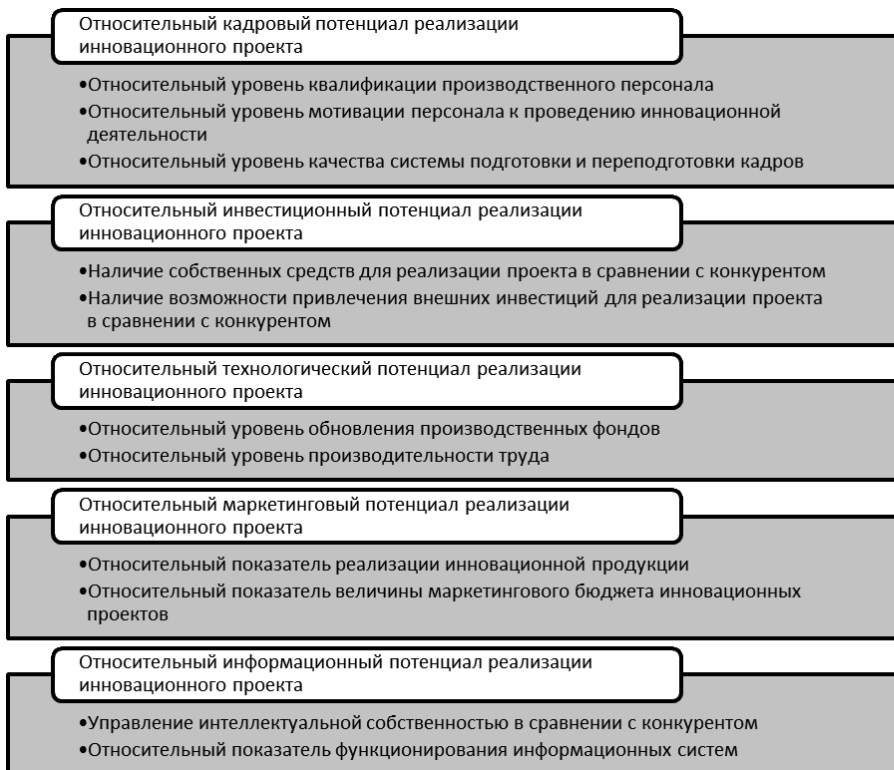


Рис. 2. Предлагаемая структура показателя относительного инновационного потенциала

новинкой, и, как следствие, вложенные инвестиции не могут достичь планируемых параметров окупаемости. В силу этого обстоятельства, прежде чем делать какие-либо весомые капиталовложения в новый продукт или технологию, необходимо грамотно оценить заинтересованность в них с точки зрения потенциальных потребителей и возможность быть успешно реализованными, определив долю рынка, планируемую захватить.

По аналогии с расчетом показателя относительного инновационного потенциала, рассчитывается интегральный показатель относительной рыночной привлекательности инновационного проекта. В данном случае также потребуются провести экспертную оценку значимости относительных показателей для определения весовых коэффициентов k_i . Итоговая формула примет следующий вид:

$$ОРП = k_E \times E_{р\text{отн}} + k_T \times T_{р\text{отн}} + k_C \times C_{о\text{отн}} \quad (2)$$

где k_E, k_T, k_C – весовые коэффициенты значимости каждого из относительных потенциалов (относительная ёмкость рынка, относительный темп роста рынка, относительная степень охвата рынка) в составе интегрального относительного показателя рыночной привлекательности проектов.

Механизм оценки конкурентоспособности инновационных проектов предприятия, основанный на расчете ключевых критериев конкурентоспособности представлен на рисунке 3.

4. Заключение

Таким образом, управленческие решения по формированию конкурентных преимуществ инновационных проектов основываются на сравнительном анализе инновационных потенциалов исследуемой компании и конкурентов, а также исследовании рыночной привлекательности инновационного проекта предприятия в сравнении с аналогами. Такой подход обеспечивает возможность в рамках предложенного механизма одновременно оценить как внешнюю, так и внутреннюю конкурентоспособность инновационных проектов предприятия и таким образом выбрать для реализации наиболее перспективные проекты.

Литература

1. Аньшин, В.М. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы иннова-

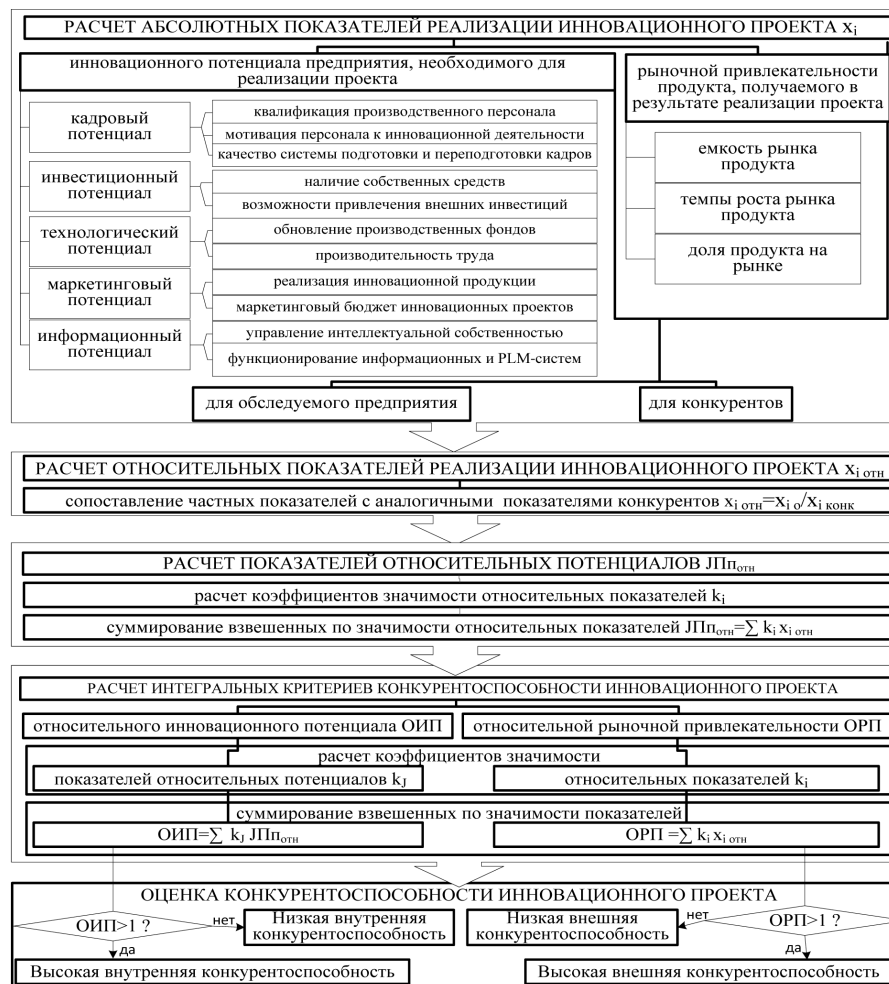


Рис. 3. Механизм оценки конкурентоспособности инновационных проектов предприятия

ционного развития: Учебное пособие // В.М. Аньшин, А.А. Дагаев. – М.: Дело, 2006. – 584 с.

2. Завлин, П.Н. Инновационный менеджмент: Основы теории и практики: Учебное пособие // П.Н. Завлин, А.Е. Казанцев, Л.И. Миндели. – М.: Экономика, 2000. – 475 с.

3. Заглумина, Н.А. Управление инновационными процессами на предприятии на основе оценки совокупного инновационного потенциала / Н.А. Заглумина // Инновации. – 2010. – №2 (136). – С.109–113.

4. Ивасенко, А.Г. Инновационный менеджмент: Учебное пособие // А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова, А.И. Сизова. – М.: КНОРУС, 2009. – 416 с.

5. Трифилова, А.А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия // А.А. Трифилова. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 304 с.

6. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник // Р.А. Фатхутдинов. – М.: Интел-Синтез, 2002. – 318 с.

References

1. Anshin, V.M. Innovation Management: Concepts, multi-level strategies and mechanisms for innovation development: Textbook // V.M. Anshin, A.A. Dagaev. – M.: Delo, 2006. – 584 p.

2. Zavlin, P.N. Innovation Management: Fundamentals of Theory and Practice: Textbook // P.N. Zavlin, A.E. Kazantsev, L.I. Mindeli. – M.: Economics, 2000. – 475 sec.

3. Zaglumina, N.A. Management of innovation processes in the company on the basis of estimates of the total potential of the innovation / N.A. Zaglumina // Innovations. – 2010. – № 2 (136). – P.109–113.

4. Ivashenko, A.G. Innovation Management: Textbook // A.G. Ivashenko, Y.I. Nikonova, A.I. Sizov. – M.: KNORUS 2009. – 416 p.

5. Trifilova, A.A. Evaluating the effectiveness of innovative development company // A.A. Trifilova. – M.: Finance and Statistics, 2005. – 304.

6. Fatkhutdinov, R.A. Innovation Management: Textbook // R.A. Fatkhutdinov. – M.: Intel-Synthesis, 2002. – 318 p.