

В результате чего многие баллоны подвержены ржавчине, наружная поверхность подвергается атмосферной коррозии, это приводит к диффузии газов.

Несмотря на стабильную и эффективную работу предприятия на рынке, выявленные недостатки снижают конкурентоспособность, что не может не вызывать беспокойство руководства компании.

Вывод

На основании проведенного исследования можно предложить следующие направления по повышению конкурентных преимуществ:

Обновлять баллонный парк – производственному отделу предприятия необходимо разработать программу по переходу на современные модели баллонов, с повышенным давлением и меньшей массой;

Для повышения качества производимых газовых смесей необходимо закупить и ввести в эксплуатацию Станцию наполнения технических газов (газового комплекса), которая позволит производить наполнение газовой смесью баллоны без участия человека (исключение человеческого фактора);

Литература

1. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии. - М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. - 576 с.

Использование вспомогательных моделей для решения проблемы оценки эффективности инновационных проектов в современной экономике

Ремизова А.А., Левицкая А., Литвин И.Ю., к.э.н.

Университет машиностроения,

Гуманитарно-экономический институт им. В.С. Черномырдина,

кафедра «Менеджмент»

г. Москва, Россия

skarella@mail.ru, +7(916)267-12-12

Аннотация. В данной статье представлена возможность применять различные методы оценки конкурентоспособности для оценки эффективности инновационных проектов. Именно данные модели помогут оценить инновационный проект с точки зрения интереса потребителя к нему.

Ключевые слова: инновационный проект, проблема оценки эффективности.

Проблема оценки инновационных проектов очень остро встает перед потенциальным инвестором, потому что в поле его распоряжения находятся ресурсы для реализации проекта. Именно оценка эффективности проекта покажет, какую выгоду получит собственник этих ресурсов.

Количественная оценка инновационных проектов предполагает использование учетных и дисконтированных методов.

Но, при рассмотрении методов учетных оценок, видно, что данные методы не учитывают изменение стоимости денег во времени, уровень реинвестиций в проект, а так же не применимы при знакопеременных денежных потоках. В них используются точечные данные, но не используется информация о продолжительности самого инновационного проекта.

Используя дисконтированные методы оценки, можно отметить, что они учитывают жизненный цикл проекта и стоимость денег во времени. Но данные методы требуют применения особого математического аппарата и тщательного подбора информации. В условиях неопределённости (при наличии вероятности возникновения риска) показатели

эффективности тоже могут стать неопределенными, то есть математические методы плавно перейдут в теорию и не будут иметь практической применимости. [1, с. 73]

Поэтому для оценки эффективности инноваций возможно дополнительно применение сторонних моделей, таких как:

Модель Нориаки Кано. Автор делит характеристики товара на три группы.

Первая группа характеристик носит название «обязательные». Например, если в машине не будет стеклоочистительных дворников – покупатели просто не будут брать данный автомобиль. Так как данные комплектующие уже подразумеваются, как само собой разумеющееся. Можно сделать вывод, о том что, наличие обязательных характеристик не увеличивает ценность продукта, а вот их отсутствие эту ценность резко снижает.

Вторая группа характеристик носит название «количественной». Потребительская ценность товара растет при увеличении количественного улучшения товара.

Например, покупателю нравится автомобиль, который более экономично расходует бензин.

Третья группа носит название «сюрпризных» характеристик. Отсутствие данных характеристик не отпугивает покупателя от покупки, но если он обнаруживает данные характеристики, то приходит в восторг.

Данную модель можно применять при оценке инноваций. Так как наличие «сюрпризных характеристик» сильно влияет на успешность проекта. Так же, если проект способен улучшить количественные характеристики, то эту модель тоже стоит рассматривать. [5]

Матрица Портера (пяти конкурентных сил). М.Портер выделяет пять конкурентных сил:

- соперничество среди действующих фирм – данная сила характеризует сильные и слабые стороны конкурентов и самих игроков рынка. Высокий уровень соперничества определяется большим числом конкурентов на рынке, рост рынка невысокий, дифференциация продукта низкая;
- появление новых конкурентов - так же данную силу называют так: «Барьеры для входа в отрасль».

Угроза появления новых конкурентов сильна, если появилось много потенциальных кандидатов для входа, характерны низкие барьеры для входа на рынок, есть тенденции к росту отрасли или высокий потенциал получения прибыли;

- возникновение товаров-заменителей – необходимо четко определить, какие товары будут являться товарами - заменителями для нашего продукта; а также, какое они будут оказывать влияние в будущем;
- рыночная власть покупателей – данная власть сильная, если цена смены поставщика низкая, спрос на товары снижается, покупателей мало, продавцы хотят совершать крупные продажи, покупатели владеют информацией о товарах конкурентов;
- рыночная власть поставщиков – данная власть сильная, если поставляемые товары являются частью производства, стоимость смены поставщика высока, на рынке мало поставщиков необходимого продукта, необходимые товары для компании – ограничены.

Данная модель может применяться для прогнозной оценки эффективности инновационных проектов. С помощью нее можно провести анализ рынка и самой отрасли. Если, например, прогнозируется появление новых товаров-заменителей или слабый интерес со стороны покупателей, то необходимо рассматривать другие инновационные проекты. [2, с. 23]

Модель с идеальной точкой. Этот метод можно использовать как и для получения информации об «идеальном продукте», так и о взгляде потребителей на существующий продукт.

Формула идеальной точки:

$$A_b = \sum_{i=1}^n W_i |I_i - X_i|, \quad (1)$$

где:

A_b – координаты идеальной точки,

W_i – значимость показателя i ,

I_i – идеальное значение i ,

X_i – мнение о фактическом продукте;

n – количество значимых показателей.

Так же на шкале необходимо указать расположение «идеального продукта» и продукта для сравнения.

Данная модель характеризует, насколько продукт близок к идеалу. Эту модель можно использовать для оценки инноваций с точки зрения удовлетворенности покупателя продуктом. Инновационный продукт сравнивается с эталонным продуктом; и чем лучше он проходит сравнение, тем больше шансов у него занять высокую позицию на рынке. [4]

Вывод

При создании и реализации проекта важнейшую роль играют управление качеством, управление временем и управление затратами. Применяя данное соотношение, максимизацию можно достичь только в двух переменных из трех. Например, если продукт будет дешевым и качественным, то на него понадобится много времени, если продукт будет качественным, то, соответственно, будет и дорогим.

В данной статье рассмотрены модели, где две из трех как раз и описывают продукт со стороны качества для потребителя. Поэтому данные модели целесообразно применять, чтобы дать эффективную оценку проекту не только относительно стоимости и затрат времени, но и относительно качества.

Стоит еще раз отметить, что представленные модели являются вспомогательными при оценке эффективности инновационных проектов, но достаточно действенными, так как помогут выявить интерес потребителей к инновациям, что является немаловажной составляющей комплексной оценки эффективности инновационного проекта. К тому же, на выходе мы можем получить эффективную оценку проекта с учетом максимизации функции от цены/качества/времени.

Литература

1. Гонтарева И.В., Нижегородцев Р.М., Новиков Д.А. Управление проектами: учеб. пособие. М.: Книжный дом "ЛИБРОКОМ", 2014. 384 с.
2. Дюков И. И. Управление конкурентоспособностью компании: учеб. пособие. СПб.: СПбГУ ИТМО, 2011. 100 с.
3. Искусство быть бухгалтером//Законы Мэрфи. 2002. URL: <http://www.wtr.ru/aphorism/merphy.htm> (дата обращения: 13.11.15)
4. Метод идеальной точки // Студопедия. 2014. URL: http://studopedia.ru/3_10631_metod-idealnoy-tochki.html (дата обращения: 13.11.15)
5. Определение удовлетворенности клиента по модели Кано // Студопедия. 2015. URL: http://studopedia.ru/9_165381_opredelenie-udovletvorennosti-klienta-po-modeli-kano.html (дата обращения: 12.11.15)
6. Сендеров В.Л., Ширяев Д.В. Теоретические аспекты применения инновационных технологий в учебном процессе // Международный научно-исследовательский журнал. 2015. № 2-3 (33). С.88-92
7. Ширяев Д.В. К вопросу использования инновационных технологий в образовательной деятельности // В сборнике: Инновационное развитие социально-экономических систем: условия, результаты и возможности: Материалы III международной научно-практической конференции. 2015. С. 67