

ОТЗЫВ

официального оппонента

доктора экономических наук Зубковой Ольги Владимировны на диссертационную работу Дрозина Дмитрия Александровича, выполненную на тему «Планирование объемов производства и реализации инновационного товара на этапе коммерциализации инноваций», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями)»

1. Актуальность темы исследования

В современных условиях хозяйствования при учете всё более возрастающего влияния факторов внешней среды, процесс принятия решений в области экономики и управления инновационными процессами на предприятии усложняется, а также требует все более быстрой реакции на сложившуюся обстановку. В особенности это касается инновационных производств, технологий, продуктов, методов управления. При сложившемся уровне научно-технического прогресса основной проблемой является не процесс производства продукции инновационной или не инновационной, а корректное планирование объемов сбыта и эффективный с позиции объемов, цен и скорости оборота процесс продаж. При реализации инновационной продукции, впервые выходящей на рынок, эффективность проектов по ее производству и внедрению во многом зависит от этапа продаж, от результатов прогнозирования объемов сбыта, реакции потенциальных покупателей инновационного товара на его рекламу, изменение его цены, запаздывание принятия решения о покупке, вследствие медленного распространения нацеленной на целевую аудиторию информации о товаре.

Все это предопределяет актуальность темы исследования, поставленной в нем цели и задачи. Целью исследования является совершенствование методов планирования объема производства и процессов реализации инновационного товара в соответствии с динамикой спроса на конкурентном рынке. Задачи исследования соответствуют поставленной цели и способствуют ее достижению.

2. Обоснованность выдвигаемых научных положений, выводов и рекомендаций

Диссертация оформлена в соответствии с требованиями, предъявляемыми к работам, направляемым в печать. Основное содержание работы отвечает поставленным задачам исследования. Структурно работа состоит из введения, в котором изложена актуальность, обозначены объект и предмет исследования, поставлены его цель и задачи, отражена научная новизна выдвигаемых положений, теоретическая и практическая значимость, апробация и краткое изложение содержания работы; трех глав, включающих одиннадцать параграфов, заключения, списка литературы, включающего 161 источник, и пяти приложений. Текст работы представлен на 161 странице, включает 59 рисунков, 9 таблиц.

По теме диссертации опубликовано 14 работ общим объемом 3,4 п.л. (автора – 1,7 п.л.), в том числе 7 статей в рецензируемых изданиях, рекомендуемых ВАК для публикаций результатов диссертаций.

Структура диссертационного исследования имеет внутреннее единство и элементы новизны, свидетельствующие о личном вкладе автора в науку. Автор достаточно корректно использует известные научные методы обоснования полученных результатов, выводов и рекомендаций, включая методы управления производством и реализацией инновационного товара, экономико-математического и компьютерного моделирования.

Дрозиным Д.А. изучены и проанализированы известные теоретические положения исследований отечественных и зарубежных авторов в области управления производством и реализацией инновационного товара и построения механизмов прогнозирования и планирования процессов реализации инновационного товара.

Обоснованность полученных результатов обеспечивается использованием современных методик проведения исследований. Выдвинутые автором диссертации положения основываются на известных достижениях фундаментальных и прикладных научных дисциплин в области экономики и управления инновациями, экономики предприятия, бизнес-планирования и маркетинга, экономического анализа, статистики, эконометрики.

В первой главе автором раскрыты актуальные задачи управления процессами реализации инновационного товара, в том числе рассмотрен терминологический аспект исследования категорий «инновации» (С.10-11), «инновационная деятельность» (С.12-13). Проведен анализ жизненного цикла товара (услуги) и показана специфика жизненного цикла инновационного товара (С.14-15). В привязке к реализации инновационного товара исследованы типы рынков (С.16-17), выделен наиболее соответствующий задачам исследования рынок инновационной конкуренции (С. 17), и при его описании актуализирована необходимость создания модели прогнозирования его состояния (С. 18-20). Далее автором рассматриваются методические подходы к планированию реализации инновационных товаров с позиции теории диффузии инноваций (С. 21-25), теории жизненного цикла товаров (С. 25-34), теории управления продажами товаров (С.28-34), теории распространения информации (С.35-45). Автором отражено соответствие исследованных методических подходов требованиям к управлению и планированию реализации инновационного товара (С.45-48). На основе сделанных выводов автором уточняются направления совершенствования инструментария управления реализацией инновационного товара (С.49-58), а именно: совершенствование методов планирования объема производства и процессов реализации инновационного товара в соответствии с динамикой спроса на конкурентном рынке и факторами платежеспособности и запаздывания реакции покупателей на инновации.

Вторая глава посвящена исследованию методических основ планирования и оценки процессов реализации инновационного товара. В первую очередь диссертантом уточнены четыре этапа процесса принятия решения о приобретении инновационного товара, учитывающие динамику цены инновационного товара, специфику получения информации о нем потенциальными покупателями и аспект запаздывания принятия решений о покупке (С.59-66). Сформирована система входных, промежуточных и выходных показателей оценки процесса реализации инновационного товара (С. 66-77), уточнена их существенность и взаимовлияние (С. 76). На основе зависимости показателей предложена модель реализации инновационного товара (С.77-97), которая затем апробирована для ряда

сопоставимых с реальными показателями (97-С.109), а также проверена на реальных данных (С.109-113).

В третьей главе автором выявлены резервы повышения эффективности планирования объемов производства и реализации инновационного товара. На С. 116-117 автором предложен и обоснован показатель эффективности управления реализацией инновационного товара относительно различных этапов процесса продаж, представлена схема формирования параметров эффективности управления производством и реализацией инновационного товара, учитывающая входные, промежуточные и выходные параметры (С. 117-119), показано влияние на уровень прибыли и эффективности затрат на производство и сбыт инновационного товара (С. 119-120). Описана методика планирования запасов в процессе реализации инновационного товара (С. 120-126) на основе математической модели формирования складских запасов и математической модели убытков от превышения или недостатка запасов. Все выявленные взаимосвязи и влияние параметров моделей взаимоувязываются в алгоритме управления запасами инновационного товара (С. 127-128). Эффективность предложенных методических подходов апробирована на примере реализации реального инновационного товара: телефона Nokia E71 при различных стратегиях формирования предложения товара в зависимости от статистики его продаж (С. 129-140).

Логичным завершающим результатом исследования является практическая апробация предложенных методических подходов к планированию объемов производства и реализации инновационного товара на этапе коммерциализации инноваций. Предложенные в диссертационном исследовании методы были приняты к внедрению на ООО «Эконт» и внедрены в учебный процесс вуза, где выполнялась работа.

Таким образом, содержание диссертационной работы, применение признанных методов исследования, достаточная апробация в печати, практической и учебной деятельности позволяют утверждать, что выдвигаемые научные положения, выводы и рекомендации обоснованы.

3. Научная новизна и достоверность полученных результатов

К наиболее существенным результатам автора, имеющим несомненную научную новизну, относятся следующие:

1. Разработан методический подход к определению объема реализации инновационного товара с учетом выделенных четырех этапов принятия решения о покупке потенциальным покупателем, обусловленных особенностями коммерциализации результатов инновационной деятельности, что позволяет повысить качество прогнозирования и планирования процесса реализации инновационного товара и тем самым снизить издержки его производства и реализации.

2. Разработан методический подход к расчету емкости рынка инновационного товара в зависимости от динамики изменения его цены и с учетом этапов принятия решения о покупке потенциальным покупателем, который позволяет повысить точность прогноза объема продаж, планирования производственных и финансовых показателей, а следовательно, предопределяет объем необходимых инвестиций.

3. Разработан методический подход к оценке спроса на инновационный товар в зависимости от порядка получения информации о нем потенциальными покупателями. Это позволяет проводить коррекцию прогноза объема реализации в режиме реального времени в соответствии с ценовыми параметрами и целевой функцией производства.

4. Выявлены зависимости срока жизненного цикла инновационного товара от факторов процесса его реализации, среди которых: потенциал рынка, эффективность рекламы и количество первоначально осведомленных о товаре потенциальных покупателей, степень освоения рынка конкурентами и расходы, обусловленные деятельностью предприятия-новатора. Это позволяет улучшить планирование затрат на коммерциализацию инновации и патентную деятельность.

5. Построен алгоритм планирования объемов производства инновационного товара на основе разработанного методического подхода определения динамики объема реализации инновационного товара, что позволяет минимизировать убытки от хранения излишков товара и упущенную прибыль от их недостатка и

тем самым повысить эффективность инновации.

Научная значимость основных выводов и результатов заключается в совершенствовании методического инструментария планирования объемов производства и реализации инновационного товара в процессе коммерциализации инноваций. Практическая значимость исследования заключается в том, что разработанный в диссертационной работе механизм прогнозирования объемов и сроков продаж инновационных товаров с учетом влияющих на них факторов, обеспечивает возможность минимизации затрат, связанных с дефицитом или избытком запасов инновационной продукции в процессе ее реализации и может быть использован в экономической практике предприятий-новаторов при разработке стратегии продаж.

Таким образом, научная новизна полученных результатов не вызывает сомнений, а их достоверность подтверждена в ходе практической апробации. Результаты работы можно рекомендовать к использованию в управленческой практике промышленными предприятиями, а также в учебном процессе вузовской подготовки студентов экономических и управленческих специальностей.

4. Замечания

1. С. 12,15 автореферата (формулы 2,3): не ясно, какие параметры автор обозначает идентификаторами α , β , δ .

2. Автором используются одинаковые идентификаторы для обозначения различных показателей (N – количество покупателей на С. 12-16 автореферата, на С. 10,17 количество покупателей уже – M , а на С. 19: M – проданное количество товаров).

3. С. 21, 22 автореферата (рис. 11,12) – сомнительно, чтобы при производстве и продаже инновационного товара оптимальная кривая прибыли имела растущую динамику на протяжении 80 и более месяцев с начала планирования. Для такого периода планирования необходимо иметь статистику продаж за период втрое больше. Инновационность товара для периода в двадцать лет – уже не инновационность.

4. В диссертации автором допускаются частое повторение одних и тех же рисунков (так рис. 1.2 (С. 15) идентичен рис. 1.9 (С. 23), 2.5 (С. 65), 2.7 (С. 72), аналогично с рис. 1.1, 1.7).

5. С. 71 диссертации: автором предполагается, что рекламная компания начинается после выпуска инновационного товара на рынок, в то время как чаще реклама предшествует его выпуску. Учитывает ли авторская модель возможность опережающей рекламы?

6. С. 111-113 диссертации: не ясно, на каком основании определены значения модели: α , β , τ и N ?

5. Заключение

Диссертация является законченной научно-квалификационной работой, выполненной автором самостоятельно на требуемом профессиональном уровне. В работе приведены научные результаты в области управления инновациями, позволяющие их квалифицировать как теоретически обоснованные и обеспечивающие решение важных прикладных задач, связанных с оценкой эффективности инноваций, а также планированием реализации инновационных товаров в процессе коммерциализации инноваций.

Полученные автором результаты достоверны, выводы и заключения обоснованы. Содержание автореферата соответствует основным положениям диссертационной работы.

Структура и содержание диссертации удовлетворяет требованиям п.9 Положения о порядке присуждения ученых степеней ВАК РФ, предъявляемым к кандидатским диссертациям, и соответствует следующим пунктам Паспорта ВАК по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями)»:

п. 2.1 – «Развитие теоретических и методологических положений инновационной деятельности; совершенствование форм и способов исследования инновационных процессов в экономических системах»;

п. 2.2 – «Разработка методологии и методов оценки, анализа, моделирования и прогнозирования инновационной деятельности в экономических системах»;

п. 2.14 – «Развитие теории и методологии формирования, управления и оценки эффективности функционирования рынка инноваций. Методы и технологии выведения инновационных продуктов на рынок, совершенствование стратегий коммерциализации инноваций».

Автор диссертации, Дрозин Дмитрий Александрович, заслуживает присвоения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: (управление инновациями)».

«30» марта 2015 г.

Официальный оппонент
доктор экономических наук, доцент,
зав. кафедрой экономики труда, финансов и
управления персоналом
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТ и СО»,
Зубкова Ольга Владимировна



Подпись	<u>Зубковой О. В.</u>
заверяю.	
Нач. о/к:	<u>Тамара Карасева С. В.</u>

454091, г. Челябинск, ул. Свободы, д.155, корпус 1,
Тел. (351) 260-24-22
E-mail: Акнозана78@mail.ru