

УТВЕРЖДАЮ:

ректор ФГБОУ ВПО «Южно-Уральского
государственного университета» (НИУ),
доктор технических наук,
профессор


Шестаков Александр Леонидович
25 апреля 2014 г.



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет)

Диссертация «Планирование объемов производства и реализации инновационного товара на этапе коммерциализации продуктовых инноваций» выполнена на кафедре «Экономика и финансы».

В период подготовки диссертации соискатель Дрозин Дмитрий Александрович работал в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет), в должности инженера кафедры прикладной математики с сентября 2006 г. по настоящее время, старшего преподавателя кафедры прикладной математики в период с марта 2014 г. по настоящее время. С 20.08.2011 г. прикреплен соискателем для подготовки диссертации на кафедре экономики и финансов Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет).

В 2006 г. окончил Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет) по

специальности 080502.65 «Экономика и управление на предприятии (машиностроение)».

Удостоверение о сдаче кандидатских экзаменов выдано в 2014 г. Федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего профессионального образования «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет). Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор Баев Игорь Александрович, заведующий кафедрой экономики и финансов Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет).

Тема диссертации утверждена Ученым советом факультета экономики и управления ЮУрГУ 30.09.2013 г., протокол № 1.

По результатам рассмотрения диссертации «Планирование объемов производства и реализации инновационного товара на этапе коммерциализации продуктовых инноваций» принято следующее **заключение:**

личное участие соискателя ученой степени в получении результатов, изложенных в диссертации

Автором в ходе исследования проанализировано большое количество научных трудов по соответствующей тематике. Анализ научных трудов показал, что динамика реализации инновационного товара в настоящее время рассматривается в рамках следующих теорий: теория диффузии инноваций; теория жизненного цикла товара; управление продажами и теория распространение информации о товаре. Исходя из актуальных задач методических подходов этих теорий, следует, что основной их актуальной задачей, является формализация, описание и моделирование динамики реализации инновационного товара с целью уточнения и расширения представления о процессе продаж инновационного товара. Указанные теории не в полной мере раскрывают особенности механизма формирования спроса на инновационный товар. Процесс продаж инновационного товара обладает рядом существенных особенностей. В первый момент поступления инновационного товара

на рынок сведениями о нем обладает малая группа потенциальных покупателей. Важное значение принимает время принятия решения о покупке инновационного товара. В основе динамики спроса находится процесс распространения сведений об инновационном товаре и соответствующие реакции потенциальных покупателей.

В соответствии с этим Дрозиным Д.А. предложены концептуальные положения управления процессом коммерциализации инновационного товара; методический подход к прогнозированию объема реализации инновационного товара, реализованного в виде программы для ЭВМ (№2014616070 от 10 июня 2014г.); соответствующий алгоритм планирования количества производимого товара; разработана модель минимизации затрат на хранение готовой продукции инновационного товара.

В основе исследуемой динамики спроса находится процесс распространения сведений об инновационном товаре и соответствующие реакции потенциальных покупателей. Выделены четыре этапа в рамках предложенного концептуального положения. На первом этапе, потенциальный покупатель получает сведения об инновационном товаре либо через СМИ, либо через межличностное общение. На втором этапе, потенциальный покупатель оценивает возможность его покупки в зависимости от платежеспособности. На третьем этапе потенциальный покупатель принимает решение о покупке товара, которое зависит от его психологического типа и описывается как некоторое запаздывание от момента определения возможности покупки инновационного товара до момента его покупки. На четвертом этапе потенциальный покупатель приобретает инновационный товар.

Концептуальные положения, методический подход к прогнозированию спроса на инновационный товар доведен до практической реализации в виде алгоритма планирования количества производимого инновационного товара и разработанной модели минимизации затрат на хранение готовой продукции инновационного товара.

Степень достоверности результатов проведенных соискателем исследований

Обоснованность и достоверность научных положений, выводов и рекомендаций подтверждается использованием значительного объема научных

разработок по рассматриваемой проблеме, всесторонним исследованием и использованием имеющихся в настоящее время методических подходов и методов прогнозирования спроса инновационного товара. Достоверность разработанных положений и методического подхода доказана при моделировании на реальных данных.

Новизна и практическая значимость, ценность научных работ соискателя ученой степени

Автором обоснованы концептуальные положения управления процессом коммерциализации инновационного товара, в основе которых выделение этапов его реализации в соответствии с параметрами получения информации потенциальными покупателями, соответствующее определение объемов производства и динамики запасов. Это позволяет минимизировать потери, обусловленные перепроизводством и недопроизводством инновационного товара.

Разработан методический подход к определению объема реализации инновационного товара с учетом этапов принятия решения о покупке потенциальным покупателем, обусловленных особенностями коммерциализации результатов инновационной деятельности. Доказана целесообразность выделения четырех этапов, каждый из которых обладает особыми параметрами информационного обеспечения и информации о товаре. Указанное доказательство подтверждено и практическими данными. Это позволяет улучшить процесс прогнозирования продаж и планирования объемов производства инновационного товара.

Разработан методический подход к расчету емкости рынка (количество потенциальных покупателей) инновационного товара в зависимости от динамики изменения его цены и с учетом этапов принятия решения о покупке потенциальными покупателями. Методический подход позволяет повысить точность прогноза объема продаж и планирования производства.

Разработан метод определения спроса на инновационный товар в соответствии с информационным обеспечением потенциальных покупателей. В основе метода лежит введенная функция плотности распределения потенциальных покупателей по

предельным ценам. Такая функция дает возможность перейти от статической модели спроса рынка к динамической модели. Это позволяет определить объем производства инновационного товара в соответствии с выделенными этапами его реализации.

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, освоение рынка конкурентами и расходы, обусловленные деятельностью предприятия-новатора. Это позволяет более точно определить затраты на коммерциализацию инновации и патентную деятельность.

В соответствии с разработанными методами построен алгоритм управления процессом коммерциализации инновационного товара, в конечном итоге реализованный в виде программного продукта, прошедшего практическую апробацию, подтвердившую правомерность разработанных методических и теоретических положений. Разработанный алгоритм позволяет минимизировать убытки от хранения излишков товара и упущенную прибыль и тем самым повысить эффективность инновации.

Практическая значимость исследования заключается в том, что полученные научные результаты позволяют совершенствовать планирование производства инновационного товара на предприятии; определять мероприятия по продвижению инновационного товара на конкурентном рынке; осуществлять ценовую политику в части его реализации.

Результаты диссертационной работы могут использоваться в учебном процессе для студентов высших учебных заведений различных экономических специальностей и направлений подготовки по дисциплинам «Менеджмент», «Корпоративные финансы» и др.

Ценность научных работ соискателя ученой степени заключается в приращении знаний в области концептуальных положений и методических основ и подходов к

определению динамики реализации инновационного товара и планированию объемов его производства.

Материалы диссертации полно представлены в работах, опубликованных соискателем.

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах и изданиях, определенных ВАК:

1. Дрозин, Д.А. Управление процессом продаж: модель рынка одного вида товара с учетом конкуренции / Д.А. Дрозин, В.И. Ширяев // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – №1. – С. 106–114.

2. Дрозин, Д.А. Система управления розничными продажами одного вида товара, учитывающая конкурентоспособность магазинов / Д.А. Дрозин, В.И. Ширяев // Программные продукты и системы. – 2009. – N 1. – С. 56–58

3. Баев, И.А. Моделирование процессов освоения инновации на конкурентном рынке / И.А. Баев, Д.А. Дрозин // Вестник ЮУрГУ. Серия. Экономика и менеджмент. – 2012. – № 30. – С. 47–49.

4. Баев, И.А. Комплексная модель распространения информации об инновационном товаре / И.А. Баев, Д.А. Дрозин // Экономика и математические методы. – 2014. – Т.50. – №1. – С. 91–100.

5. Баев, И.А. Математическая модель динамики продаж инновационного товара / И.А. Баев, Д.А. Дрозин // Инновации. – 2014. – №2. – С. 11–14.

6. Баев, И.А. Динамика покупательского спроса инновационного товара / И.А. Баев, Д.А. Дрозин // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2014. – Т8. – № 2. – С. 80–85.

7. Баев, И.А. Управление запасами в процессе реализации инновационного товара / И.А. Баев, Д.А. Дрозин // Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. – 2014. – №4. – С. 119–125.

Другие публикации:

8. Дрозин, Д.А. О модели взаимодействия потребителя и рынка для управления торговым предприятием / Д.А. Дрозин, В.И. Ширяев // Стратегическое планирование и развитие предприятий. Секция 2. Материалы восьмого всероссийского симпозиума. Москва, 15-16 апр. 2008. Под. ред. чл-корр. РАН Г.Б. Клейнера. – М.: ЦЭМИ РАН, 2008. – С. 75–76.

9. Дрозин, Д. А. Модель взаимодействия потребителя и рынка для целей управления торговым предприятием / Д. А. Дрозин, В. И. Ширяев. // Наука ЮУрГУ. Секции естественно-научных и гуманитарных наук: материалы 60-й юбил. науч. конф.-Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2008. – Т. 2. – С. 97-100.

10.Дрозин, Д.А. О потенциале рынка / Д.А. Дрозин, В.И. Ширяев // Математическое моделирование развивающийся экономики, экологии и биотехнологий. Материалы III всероссийской научной конференции с молодежной научной школой, ЭКОМОД-2008 г. Киров, 7-13 июля 2008. – Киров: изд-во ВятГУ, 2008. – С. 28–29.

11.Дрозин, Д.А. О модели управления процессом продаж / Д.А. Дрозин, В.И. Ширяев // Стратегическое планирование и развитие предприятий. Секция 2. Материалы десятого всероссийского симпозиума. Москва, 14-15 апр. 2009. Под. ред. чл-корр. РАН Г.Б. Клейнера. – М.: ЦЭМИ РАН, 2009. – С. 75–76.

12.Дрозин, Д.А. О модели рынка одного вида товара / Д.А. Дрозин, В.И. Ширяев // Научный поиск: Социально-гуманитарные и естественные науки: материалы первой науч. конф. аспирантов и докторантов. –Челябинск : Издательский Центр ЮУрГУ, 2009. – С. 24–27.

13.Баев, И.А. Модель прогнозирования объема реализации инновационного товара / И. А. Баев, Д.А. Дрозин // Системный анализ в экономике – 2012. Секция 2. Материалы Научно-практической конференции. Москва, 27-28 ноя. 2012. – М.: ЦЭМИ РАН, 2012. – С. 41–42.

14.Баев, И.А. Прогнозирование спроса на рынке нового товара / И.А. Баев, Д.А. Дрозин // Стратегическое планирование и развитие предприятий. Секция 2.

Материалы четырнадцатого всероссийского симпозиума. Москва, 9-10 апр. 2013.
Под. ред. чл-корр. РАН Г.Б. Кленера. – М.: ЦЭМИ РАН, 2013. – С. 23–24.

Диссертация «Планирование объемов производства и реализации инновационного товара на этапе коммерциализации продуктовых инноваций» Дрозина Дмитрия Александровича рекомендуется к защите на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями)».

Заключение принято на открытом заседании кафедры экономики и финансов Южно-Уральского государственного университета. Публичное объявление о предстоящем обсуждении диссертации размещено на официальном сайте университета (на странице кафедры по адресу http://www.ef.susu.ac.ru/news.php?page=34&id_news=296) и на информационном стенде кафедры 10 апреля 2014 г.

ПРИСУТСТВОВАЛИ: зав. кафедрой Баев Игорь Александрович, д-р экономических наук, профессор; члены кафедры: Ташев Александр Кузьмич, д-р экономических наук, профессор, профессор кафедры; Бутрин Андрей Геннадьевич, д-р экономических наук, профессор, профессор кафедры; Вайсман Елена Давидовна, д-р экономических наук, профессор, профессор кафедры; Кувшинов Михаил Сергеевич, д-р экономических наук, доцент, профессор кафедры; Кучина Елена Вячеславовна, д-р экономических наук, доцент, профессор кафедры; Сухих Елена Генриховна, канд. экономических наук, доцент, доцент кафедры; Баева Дарья Александровна, канд. экономических наук, доцент, доцент кафедры; Богданчикова Марина Юрьевна, канд. экономических наук, доцент, доцент кафедры; Голиков Владимир Николаевич, канд. технических наук, доцент, доцент кафедры; Дягелец Ирина Дмитриевна, канд. экономических наук, доцент, доцент кафедры; Заслонов Валерий Григорьевич, канд. технических наук, доцент, доцент кафедры; Иоголевич Евгений Владимирович, канд. экономических наук, доцент, доцент кафедры; Каримова Татьяна Григорьевна, канд. экономических наук, доцент, доцент кафедры; Кузнецова Татьяна Александровна, канд. экономических наук, доцент, доцент

кафедры; Морозова Лариса Шагиевна, канд. экономических наук, доцент, доцент кафедры; Нестерова Лариса Геннадьевна, канд. экономических наук, доцент, доцент кафедры; Подшивалова Мария Владимировна, канд. экономических наук, доцент, доцент кафедры; Соловьева Ирина Александровна, канд. экономических наук, доцент, доцент кафедры; Субботина Наталья Викторовна, канд. экономических наук, доцент, доцент кафедры; Турковская Марина Борисовна, канд. экономических наук, доцент, доцент кафедры; Чурюкин Валерий Алексеевич, канд. технических наук, доцент, доцент кафедры; Боос Виктория Олеговна, канд. экономических наук, ассистент кафедры; Комиссарова Ирина Евгеньевна, ст. преподаватель кафедры; Ильичёв Александр Владимирович, ст. преподаватель кафедры; Качалова Татьяна Александровна, ассистент кафедры.

ПРИГЛАШЕННЫЕ: Дильман Валерий Лейзерович, заведующий кафедрой прикладной математики, доктор физико-математических наук, доцент.

Результаты голосования: «за» 26 чел., «против» 0 чел., «воздержались» 0 чел., протокол № 10 от «24» апреля 2014 г.

Заместитель заведующего кафедрой
экономики и финансов,
д-р экономических наук, профессор,

Е.Д. Вайсман

