СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КРИТЕРИЕВ ОТБОРА ЭКСПОРТНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ УЗБЕКИСТАНА

Ибрагимова Нилюфар Таировна
Специалист СИРМ в Ташкенте

Аннотация. *В тезисах рассматривается проблема отбора экспортно ориентированных инновационных проектов на предприятиях Узбекистана в условиях ограниченности ресурсов. На основе подходов к управлению портфелем проектов и многокритериальной оценке систематизированы критерии коммерческой перспективности, инновационного преимущества, финансовой эффективности, реализуемости и экспортных рисков. Предложен подход, объединяющий предварительный отбор по обязательным требованиям, интегральную оценку и формирование портфеля с учётом ресурсных ограничений.*

Ключевые слова: *инновационный проект, экспорт, портфель проектов, критерии отбора, многокритериальная оценка, чистая приведённая стоимость, ресурсные ограничения, риск.*

Введение

Экономическая проблема отбора экспортно ориентированных инновационных проектов не сводится к выявлению перспективных идей. В условиях ограниченности финансовых, технологических и кадровых ресурсов предприятие должно определить приоритетные направления их использования. Ошибки отбора могут привести к финансированию проектов, спрос на результаты которых не подтверждён на внешнем рынке либо для реализации которых отсутствуют необходимые возможности.

Закон Республики Узбекистан от 24 июля 2020 года № ЗРУ-630 «Об инновационной деятельности» определяет правовые основы регулирования отношений в данной сфере. Вместе с тем приоритизация проектов на уровне предприятия наряду с соблюдением правовых требований предполагает сопоставление экономической и стратегической ценности альтернативных инвестиционных решений.

Цель исследования заключается в систематизации критериев отбора экспортно ориентированных инновационных проектов на предприятиях Узбекистана и разработке порядка их применения при принятии управленческих решений.

Теоретико-методологические основы

Р. Г. Купер, С. Дж. Эджетт и Э. Дж. Кляйншмидт, исследуя практику управления портфелями проектов, показали ограниченность отбора, основанного исключительно на финансовых методах. Согласно результатам их исследования, предприятия с более высокими показателями результативности активнее использовали стратегические подходы и методы балльной оценки. Данный вывод не исключает применения финансовых критериев, а обосновывает необходимость их дополнения стратегическими и рыночными характеристиками.

Метод анализа иерархий, разработанный Т. Л. Саати, позволяет определять относительную значимость критериев посредством их попарного сравнения. Существенным элементом метода является проверка согласованности экспертных суждений. Следовательно, весовые коэффициенты критериев целесообразно устанавливать не произвольно, а на основе обоснованных экспертных сопоставлений.

В настоящем исследовании указанные подходы обобщены для разработки трёхэтапной процедуры отбора проектов. Предлагаемая модель имеет методический характер и требует эмпирической проверки на данных предприятий Узбекистана.

Критерии отбора проектов и способы их измерения

При оценке экспортно ориентированного проекта центральное значение имеет не только степень новизны продукта, но и возможность преобразования инновационного преимущества в экономический результат на внешнем рынке. Исходя из этого, предлагается система критериев, представленная в таблице 1.

Таблица 1

Критерии оценки экспортно ориентированных инновационных проектов

Критерий	Показатели оценки	Экономическое содержание
Коммерческая перспективность	Результаты тестирования с потенциальными покупателями, предварительные заказы, готовность платить	Подтверждённость прогнозируемого спроса
Инновационное преимущество	Преимущества по качеству, затратам или функциональным характеристикам относительно аналогов	Создание отличительной ценности для покупателя
Финансовая эффективность	Чистая приведённая стоимость, объём безубыточности, потребность в оборотном капитале	Экономическая целесообразность инвестиций

Реализуемость	Технологическая готовность, кадровые, производственные и финансовые возможности	Выполнимость проекта в установленные сроки
Экспортная готовность и риски	Требования соответствия, стоимость поставки, платёжные и валютные риски	Возможность выхода на рынок и получения выручки

Источник: разработано автором.

При оценке коммерческой перспективности недостаточно ограничиваться общими сведениями о ёмкости рынка. Крупный рынок не означает наличия доступного для конкретного предприятия спроса. Поэтому приоритет следует отдавать результатам тестирования продукта целевыми покупателями, переговорам о цене и предварительным заказам.

Оценка финансовой эффективности должна учитывать не только производственные затраты, но и расходы на сертификацию, адаптацию продукта, логистику, маркетинг и послепродажное обслуживание. Временной разрыв между осуществлением расходов и поступлением оплаты необходимо отражать в расчёте потребности в оборотном капитале. Это позволяет выявлять проекты, которые выглядят прибыльными, но могут оказаться нереализуемыми вследствие дефицита денежных средств.

Инновационное преимущество должно подтверждаться измеримыми отличиями от альтернативных предложений, а не общей характеристикой «новый продукт». В качестве доказательств могут использоваться снижение затрат покупателя, повышение производительности или наличие дополнительных функций.

Предлагаемый порядок отбора проектов

- Первый этап — предварительный отбор по обязательным требованиям. На данном этапе проверяются соответствие проекта правовым и техническим требованиям целевого рынка, возможность привлечения необходимых ресурсов и обеспечения поставок. При наличии неустранимого препятствия проект не допускается к дальнейшей оценке. Высокая ожидаемая доходность не может компенсировать несоблюдение обязательного требования.
- Второй этап — многокритериальное ранжирование. Проекты, прошедшие предварительный отбор, сопоставляются с использованием интегрального показателя:

$$S_i = \sum_{j=1}^{m} w_j \, z_{ij}, \quad \sum_{j=1}^{m} w_j = 1,$$

где S_i— интегральная оценка проекта; w_j— вес соответствующего критерия; z_{ij}— нормированная оценка проекта по данному критерию.

Показатели, выраженные в различных единицах измерения, приводятся к сопоставимому виду. Затратные и рисковые показатели оцениваются в обратном направлении: меньшие затраты и более низкий риск должны соответствовать более высокой оценке. Весовые коэффициенты устанавливаются экспертами с учётом стратегии предприятия и проверкой согласованности суждений.

Третий этап — формирование портфеля с учётом ресурсных ограничений. Проект с максимальной индивидуальной оценкой не всегда обеспечивает наиболее эффективную совокупность инвестиций. Например, один капиталоёмкий проект может полностью исчерпать доступный инвестиционный бюджет. Поэтому при окончательном отборе необходимо одновременно учитывать бюджет, загрузку специалистов и производственные мощности.

Для проверки устойчивости решения предлагается анализировать изменение финансовых результатов при колебаниях цены реализации, объёма заказов, валютного курса и логистических расходов. Если изменение весов критериев существенно меняет ранжирование проектов, до принятия окончательного решения требуется дополнительная информация либо проведение пилотного испытания.

Заключение. Отбор экспортно ориентированных инновационных проектов на предприятиях Узбекистана должен основываться не только на привлекательности отдельных идей, но и на сопоставлении альтернативных способов использования ограниченных ресурсов.

Предлагаемый подход объединяет предварительный отбор по обязательным требованиям, многокритериальное ранжирование и формирование ресурсно обеспеченного портфеля. Его принципиальное отличие заключается в недопущении компенсации критических недостатков высоким суммарным баллом, подтверждении рыночного спроса и проверке устойчивости выбора при изменении исходных условий. Практическое применение подхода предполагает адаптацию критериев и их весов к особенностям предприятия и целевого экспортного рынка.

Список использованной литературы

1. Закон Республики Узбекистан от 24 июля 2020 года № ЗРУ-630 «Об инновационной деятельности» // Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан. — 24.07.2020. — № 03/20/630/1101.
2. Cooper R. G., Edgett S. J., Kleinschmidt E. J. Portfolio management for new product development: results of an industry practices study // R&D Management. — 2001. — Vol. 31, No. 4. — P. 361–380.
3. Saaty T. L. Decision making with the analytic hierarchy process // International Journal of Services Sciences. — 2008. — Vol. 1, No. 1. — P. 83–98.