

СОДЕРЖАНИЕ

[ВВЕДЕНИЕ 3](#_Toc43393918)

[1 Теоретические основы инновационной деятельности предприятия 4](#_Toc43393919)

[1.1 Понятие и сущность инновационных проектов в текущем периоде развития 4](#_Toc43393920)

[1.2 Факторы внешней среды инновационных проектов 8](#_Toc43393921)

[1.3 Роль внешней среды в развитии инновационного проекта выбранной отрасли 11](#_Toc43393925)

[2 Анализ работы инновационного проекта на основе анализа факторов внешней среды 13](#_Toc43393926)

[2.1 Первоначальный анализ предприятия относительно выбранных факторов влияния 13](#_Toc43393927)

[2.2 Прямой анализ предоставленных данных методом SWOT 18](#_Toc43393932)

[2.3 Стратегии анализа выбранного инновационного проекта 23](#_Toc43393933)

[3 Инновационный проект 25](#_Toc43393934)

[3.1 Описание текущего инновационного проекта 25](#_Toc43393935)

[3.2 Анализ влияния внешних факторов на проект 25](#_Toc43393936)

[Заключение 26](#_Toc43393937)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 28](#_Toc43393938)

## ****ВВЕДЕНИЕ****

На сегодняшний день анализ внешней среды предпринимательской деятельности занимает очень важное место в развитии любой организации. Это связано с тем, что современная внешняя
среда предприятий характеризуется чрезвычайно высокой степенью динамичности, сложности и неопределенности. Кроме того, одним из основных условий в бизнесе, как и в других сферах жизнедеятельности, является способность организации адаптироваться к внешним изменениям в
макросреде. Вы можете добавить, что любая организация существует и функционирует в сочетании со многими факторы. Эти факторы оказывают различное воздействие на организацию и оказывают весьма существенное влияние на возможности организации, ее перспективы и стратегию. Совокупность факторов взаимодействия рассматривается как организационная среда в управлении. Сегодня в менеджменте и маркетинге существует много мыслей о роли различных методов анализа. В данной статье были проанализированы существующие методы, доступные в настоящее время для изучения макросреды. Большое количество методов оценки факторов функционирования внешнего рынка предоставляет широкие возможности для разработки возможных вариантов стратегий выхода на рынок. Большое количество исследований было проведено по методам анализа внешней бизнес-среды, и многие исследователи были вовлечены в системные исследования.

Цель работы: анализ внешней среды инновационных проектов.

Исходя из указанной темы курсовой работы, её основными задачами являются:

Рассмотрение понятия и сущности инновационных проектов в текущем периоде развития;

Определения факторов внешней среды инновационных проектов;

Ознакомление с ролью внешней среды в развитии инновационного проекта выбранной отрасли;

Проведение первоначального анализа предприятия относительно выбранных факторов влияния;

Осуществление прямого анализа предоставленных данных методом SWOT;

Рассмотрение стратегии анализа выбранного инновационного проекта;

Описание инновационного проекта;

Проведение анализа влияния внешних факторов на проект.

Объект: инновационный проект в сфере торговли обслуживания.

Предмет: возможность расчета факторов внешней среды на проект.

## ****1 Теоретические основы инновационной деятельности предприятия****

## ****Понятие и сущность инновационных проектов в текущем периоде развития****

**Инновация**[[1]](#footnote-1) - это не просто представление или внедрение новых идей или методов. Определение инноваций может быть определено как процесс, который включает в себя несколько действий, чтобы раскрыть новые способы ведения дел. Это не должно быть перепутано с созданием, так как это может быть определено как акт создания, изобретения или производства чего-либо. Тем не менее, новые инновации могут быть реализованы с творческим подходом. Люди должны мыслить нестандартно, чтобы создавать дополнительные улучшения.

На данный момент мы находимся в быстро меняющейся среде, где технологии развиваются, а глобализация растет. Это означает, что расстояния становятся только короче, и в результате растет конкуренция, ожидания клиентов становятся более требовательными, а сбои в экономике более вероятны. Чтобы бизнес или организация могли реализовать конкурентные преимущества, она должна быть в состоянии адаптироваться и внедрять инновации в соответствии с меняющимися тенденциями и новыми поколениями. Инновации применяются для менеджмента и организаций на всех уровнях, размерах и во всех отраслях.

Инновации создают большие возможности и имеют решающее значение для выживания, экономического роста и успеха компании. Инновации помогают разрабатывать оригинальные концепции и являются движущей силой оптимизации операций. Компании, которые вводят новшества, могут установить организацию в другой парадигме, чтобы определить новые возможности и лучшие методы для решения текущих проблем.

Чтобы реализовать инновации, лидеры должны быть открытыми и сотрудничать. Чувствовать себя комфортно в условиях неопределенности и управлять изменениями - это поведенческие компоненты для инноваций. Инновационные лидеры любопытны и оптимистичны, так как они смеют рисковать. Никто не знает, где инновации принесут организации или личности.

С другой стороны, каждый является новатором, потому что инновационная способность есть во всех нас. Так как мы родились, мы вводим новшества, учась на практике. Подводный камень в том, что школа отформатирована, доказав нам, что она нас знает, и уменьшила нашу способность к инновациям, в то время как способность к инновациям более ценится, потому что инновациям нельзя научиться или научить.

Примеры инноваций проекта:

Привлечение мобильного банкинга сообществу, которое никогда не имело доступа к традиционным банковским операциям.

Адаптация успешных методов ведения сельского хозяйства от одного сообщества к другому.

Партнерство с правительством и бизнесом для повышения эффективности обеспечения основных потребностей сельских и труднодоступных общин.

Использование приложения для повышения грамотности среди молодежи.

При написании инноваций в предложение, будьте осторожны, чтобы понять [предпочтения донора](https://proposalsforngos.com/guidelines-for-a-project-proposal-why-are-they-so-important/) . Некоторые доноры специально стремятся финансировать только инновационные проекты, в то время как для других инновации имеют гораздо меньшее значение. [Сделайте свое исследование](https://proposalsforngos.com/donor-research-and-networking-the-key-to-successful-fundraising/) . Помните об этих предпочтениях доноров при определении того, как много внимания следует уделять инновациям в предложении.

Инновации имеют решающее значение для НПО, желающих удовлетворить масштабируемость проекта, его устойчивое воздействие и поддерживать давние отношения с донорами. Для некоторых НПО поиск инновационных проектов является сложной задачей. Для других НПО описание их инноваций для неспециалистов является еще более сложной задачей. Творчество и инновации очень трудно достичь в проекте. Вот несколько способов думать об инновациях, которые могут помочь вам найти и описать ваши инновационные решения.

Место инновационного проекта

Поскольку ни одна идея не является абсолютно новой, инновации часто имеют тенденцию к перекрестному опылению, когда успешные идеи в одной области могут быть адаптированы к совершенно другой области. Вот несколько идей о том, где может происходить это перекрестное опыление:

Расположение : где успешная программа в одной географической области модифицируется и копируется в другую область, где ее никогда не видели. Например, 100% переработанное мыло, произведенное в Бангладеш, впервые представлено в Индии.

Тематическая область : где решение одной проблемы может стать решением совершенно другой проблемы. Например, приложение, разработанное для связи глобальных педагогов, модифицировано, чтобы связать глобальных правозащитников.

Логистика : где методология или система для одного вида деятельности могут быть изменены для выполнения другого. Например, была разработана транспортно-снабженческая цепочка для доставки гуманитарной помощи общинам, пострадавшим от войны, и она была модифицирована для доставки обычных потребительских товаров даже после стабилизации региона.

Тип инновационного проекта

Есть много способов приблизиться или реализовать инновационные идеи. Ниже приведен краткий перечень методов подхода к инновациям:

Программный : где проект использует новые методы или технологии для достижения эффекта. Например, организация решает сосредоточиться на мужчинах при решении проблемы гендерного неравенства.

Финансовый : где организация использует новые способы привлечения ресурсов в проект. Например, НПО разрабатывает модель членства для привлечения небольших пожертвований от бенефициаров.

Институциональные : где организация меняет свои операционные процессы и структуры для ускорения воздействия. Например, социальное предприятие решает покончить с руководителями, и сотрудники решают все виды деятельности в совместных командах.

Политика : где инновационная политика может быть реализована проектом. Например, местное правительство вводит более высокий налог на сигареты и использует вырученные средства на кампании против курения.

Партнерство : когда организация начинает работать с новыми и необычными партнерами. Например, НПО сотрудничает с профсоюзом по борьбе с насилием в отношении женщин.

Технология : где новая технология используется для воздействия. Например, группа пользуется мобильными телефонами для предоставления гиперлокализованных отчетов о погодных условиях сельским фермерам.

Коммуникация : где организация использует новый канал для общения с бенефициарами и другими. Например, группа учителей использует Facebook, чтобы охватить внешкольную молодежь.

Цель инновационного проекта

Объясняя, как организация или проект являются инновационными, важно также учитывать, почему инновационное решение лучше, чем более традиционный метод (ы). Возможные причины включают в себя:

* Экономит время
* Является более экономичным или эффективным
* Увеличивает охват и потенциальных бенефициаров
* Достигает новых бенефициаров, которые не были бы достигнуты в противном случае
* Обеспечивает более целостное, основанное на сообществе или устойчивое решение
* Увеличивает результаты
* Нацелен на совершенно новую область (очень редко)

# 1.2 Факторы внешней среды инновационных проектов

Проекты осуществляются внутри организации, чья **культура** , **стиль** и **структура** влияют на то, как эти проекты выполняются. Руководители проектов должны осознавать эту реальность и адаптироваться к факторам окружающей среды организации, в которой разрабатывается проект.

Стоит начать с оговорки: **экологические факторы проекта не следует путать с соображениями воздействия деятельности организации на окружающую среду** , которые особенно важны в случае общественных работ или промышленной деятельности, которая может привести к химическим отходам или другим формам. загрязнения. Хотя эти оценки ограничены определенными областями деятельности и строго регулируются в большинстве развитых стран, экологические факторы всегда присутствуют в каждом проекте: от небольшого внутреннего проекта до макропроекта с бюджетом в сотни миллионов долларов.

Понятие **факторов окружающей среды** в проекте является гораздо более общим, относящимся ко **всем обстоятельствам, связанным с проектом во время его выполнения** . Таким образом, мы можем рассматривать факторы окружающей среды как все условия, которые находятся вне прямого контроля команды проекта и которые положительно или отрицательно влияют на проект. Все эти условия должны учитываться при управлении проектами и значительно различаться по типу и характеру в зависимости от организации.

Для справки: основные факторы окружающей среды, которые могут повлиять на управление проектом, можно разделить **на три категории** ; **организационные** , **кадровые** и **технологические системы** .

## Экологические факторы, присущие организации

* **Общее видение** , **миссия** , **ценности** , убеждения и ожидания организации
* **Культура** , **структура** и **организационное управление**
* Географическое распределение **объектов** , **ресурсов** , **инфраструктуры** и **материалов**
* **Отраслевые или государственные стандарты,** которые влияют на организацию
* **Внутренние стандарты, политики, методы и процедуры**

## Кадровые факторы окружающей среды

* Существующие **человеческие ресурсы** , навыки и знания
* **Управление персоналом** , системы мотивации, стимулирования
* Восприятие **лидерства** , иерархии и авторитетных отношений
* **Организационная устойчивость к риску**
* **Заинтересованные стороны проекта** и **организационные заинтересованные стороны**

## Технологические факторы окружающей среды:

* **Операционная среда** и **системы авторизации** компании
* Формальные и неформальные **каналы связи,** установленные в организации
* Доступные **базы данных**
* **Информационные системы** управления проектами

Кроме того, **экологические факторы проекта могут быть классифицированы как внутренние и внешние факторы** . Хотя внутренние факторы будут стабильными для каждой организации, независимо от проекта, внешние факторы более подвержены изменениям и требуют превосходного аналитического внимания со стороны менеджера проекта. Например, расположение проекта в стране, где он никогда не работал, подвергнется неизвестной нормативно-правовой среде, создавая множество рисков с точки зрения юридической осуществимости, трудовых рамок.

**Важно, чтобы каждая организация знала, какие из внутренних факторов действуют как ограничивающие условия, а какие являются движущими силами проектов** . Уместно, чтобы этот анализ был распространен.

В управлении проектами можно влиять на те факторы, которые ближе и более непосредственно связаны с управлением, такие как ресурсы или информационные системы управления проектами, но будет сложнее влиять на более общие культурные и экологические факторы или на внешние по отношению к организации. , Например, хотя может показаться, что организационная культура является гибким фактором и может быть легко сформирована, необходимо всегда учитывать инерцию, создаваемую сопротивлением изменениям, и то, как такая культура не является абстрактной идеей, а является частью повседневной практики. всех членов организации.

Изменение экологических факторов культуры, которые более вредны для эффективного управления проектами, может быть гораздо более долгим и дорогим решением, чем просто поддерживать такое управление с помощью новых информационных систем. В свою очередь, **принятие новых информационных систем может послужить катализатором,** с помощью которого можно изменить поведенческий аспект человеческого фактора, влияя на корпоративную культуру с ее основ.

Во всех случаях руководитель проекта должен знать об этих факторах и действовать соответствующим образом, включая риски проекта по отношению к вредным факторам окружающей среды, над которыми руководитель проекта не может осуществлять никакого контроля, и информировать всю свою команду о том, как важно быть в курсе сигналов, указывающих на возникновение риска или изменение условий окружающей среды.

# 1.3 Роль внешней среды в развитии инновационного проекта выбранной отрасли

Внешняя среда играет важнейшую роль в развитии инновационной деятельности и стимулировании передачи технологий. Для того чтобы создать успешный инновационный проект или осуществить успешный проект по передаче технологии, фирмы должны изыскивать широкий спектр экспертных знаний и знаний, предоставляемых многими взаимодополняющими источниками. Фирмам часто приходится сотрудничать с внешними организациями в целях расширения их экспертного потенциала и получения финансовой помощи
для развития инновационной деятельности. Другие заявляют, что сотрудничество с внешними организациями имеет ключевое значение для
увеличения инновационность и сокращения время выхода на рынок.

Кроме того, правительства также играют важную роль в стимулировании фирм к сотрудничеству с внешними участниками в целях
активизации инновационной деятельности. Например, правительства могут предоставлять субсидии на НИОКР и налоговые кредиты для снижения
затрат новаторов. Еще один метод, который Правительства также могут усилить развитие инноваций путем предоставления фирмам, которые квалифицируют временные монополии на свои инновационные знания через закон об интеллектуальной собственности

Кроме того, сотрудничество между университетами и фирмами также способствует повышению эффективности бизнес-инноваций и процессов передачи технологий показывают, что фирмы, внедряющие
более передовые инновации, в большей степени полагаются на НИОКР и патенты и что они чаще сотрудничают с университетами и исследовательскими организациями. Кроме того, они также считают, что занятость исследователей рассматривается в качестве ключевого фактора, способствующего расширению знаний взаимодействия фирм с университетами.

С другой стороны, в последние годы изучается побочное воздействие спроса на инновации с точки зрения внешней среды.  Во-первых, предприятия и директивные органы обеспокоены важнейшей ролью спроса на инновационную деятельность. Другие резюмируют из предыдущих исследований, что новые технологические парадигмы возникают из достижений науки и развития технологических знаний. Спрос влияет на альтернативы среди конкурирующих парадигм, относящихся к основной силе альтернатив, которая задает направление эволюционному процессу. Кроме того, спрос также стимулирует изобретательскую деятельность и, в свою очередь, приводит к увеличению инновационного процесса, поскольку количество изобретений отстает от отражений изменения уровня спроса.

Во-вторых, чтобы выжить на глобально конкурентном рынке, фирмам необходимо воспользоваться новыми технологическими
возможностями для эффективного обслуживания своего целевого рынка и быстрого реагирования на потребности клиентов. Это заставляет фирмы активнее заниматься инновационной деятельностью. В конечном итоге способность удовлетворять сложный спрос приводит не только к созданию более дифференцированных продуктов, но и к созданию конкурентных преимуществ на мировом рынке. Porter указывает на роль требовательных клиентов для продвижения новых решений и продукты. В условиях повышения общей конкурентоспособности предприятия осуществляют все более активную инновационную деятельность. Управление знаниями рассматривается как ключевой элемент повышения конкурентоспособности организации. Из другого исследования, отмечают, что предприятия, которые использовали инновации для дифференциации своей продукции, были в среднем в два раза прибыльнее других предприятий. Хотя значительные исследования были сосредоточены на различных организациях и отраслях промышленности в отношении взаимосвязи между внешними окружающая среда и организационная производительность, существует мало исследований только в пищевой промышленности.

## Анализ работы инновационного проекта на основе анализа факторов внешней среды

## 2.1 Первоначальный анализ предприятия относительно выбранных факторов влияния

Перед фирмой стоит сложнейшая задача оптимального использования имеющихся ресурсов для обеспечения доступа к полному спектру
активов, включая сотрудников, технологии, Капитал, информацию, нематериальные активы и рыночное положение, для осуществления инновационной деятельности и передачи технологии. Поэтому имеющийся ресурс рассматривается как один из показателей измерения организационного потенциала. Кроме того, предыдущие исследования выявили другие компоненты, которые полностью взаимодействуют друг с другом для создания абсорбционного потенциала. Они определяют “поглощающую способность, которая представляет собой способность фирмы признавать ценность новой внешней
информации, усваивать ее и применять в коммерческих целях новая технология имеет решающее значение для ее инновационного потенциала.
Концепция абсорбционного потенциала в области передачи технологии широко изучалась как в теоретических, так и в эмпирических исследованиях. Ким утверждает, что эффективное организационное обучение зависит от высокого поглощающего потенциала
, включая два основных элемента, которые являются базой предварительных знаний и интенсивностью усилий. Кроме того, чтобы преследовать а
стратегия независимости при развитии потенциала поглощения фирма должна наладить процесс перехода от одного этапа к другому посредством подготовки и приобретения, освоения и совершенствования импортируемых
технологий.

Процесс передачи технологии рассматривается как процесс накопления знаний. Предполагают, что передача знаний состоит из передачи и поглощения, кульминацией которых является изменение поведения реципиента. Иные признают отсутствие абсорбционной способности у реципиента в качестве трения. Они сосредоточены на изучении взаимосвязей между измерениями эффективности передачи технологии и
компонентами абсорбционного потенциала, которые включают способность распознавать, способность приобретать, способность ассимилировать и
возможность подать заявку. Другое эмпирическое исследование, в котором изучаются межотраслевые данные репрезентативной выборки из 2416 малых
средних предприятий (МСП) в Нидерландах, показывает, что 21% всех МСП
разрабатывают и/или существенно модифицируют существующее оборудование или программное обеспечение для удовлетворения своих собственных потребностей, связанных с процессом.

В предыдущих исследованиях также уделялось внимание исследованию целей инновационной деятельности. Например, ранее исследовали выборку из 1219 канадских промышленных предприятий, которые все разработали новые технологические инновации для своего собственного использования и/или модифицировали технологическое оборудование для лучшего удовлетворения своих потребностей. В результате 25% этих фирм знали, что больше инноваций было принято производителями технологического оборудования.

Хотя между организациями и отраслями существует значительная вариативность в отношении взаимосвязи между поглощающим потенциалом и организационной эффективностью, существует мало исследований в области пищевой промышленности.

Академические исследования исследовали лидирующую роль в развитии инноваций и технологий. Когда лидеры служат в качестве образцов для подражания и формулируют убедительное видение, чтобы побудить последователей выполнять сверх ожиданий, последователи должны быть взволнованы и полны сил, чтобы упорно работать для достижения более высоких целей и задач. В инновационном процессе они, скорее всего, сосредоточатся на поиске подручных решений вместо того, чтобы обращаться за внешней помощью с большими затратами. Согласно внутренней перспективе мотивации, это увеличило возбуждение, энергия и концентрация, скорее всего, связаны с высоким уровнем креативности. В частности, используя выборку из 290 сотрудников и их руководителей, они показали положительную связь между трансформационным лидерством и креативностью последователей. Кроме того, в обширном качественном исследовании, сейчас предлагают концептуальную модель приверженности развитию лидерства в организациях здравоохранения под влиянием трех компонентов, включая организационную стратегию, организационную структуру и организационная культура.

Растущая актуальность укрепления корпоративного лидерства подтверждается различными глобальными корпоративными обследованиями.
Исследование инноваций в 2007 году показало, что 57% респондентов ответили, что их фирмы были выше среднего или отлично справлялись с созданием культуры, поддерживающей инновации. Подразумевается, что инновационные усилия организации будут успешными или неудачными в зависимости от качества ее руководства. Принятие риска является
“критическим" аспектом лидерства в силу присущей ему роли в инновационном процессе:

Сильный преданный лидер создаст среду, которая поддерживает инновации и продвигает их вперед; менее решительный лидер, вероятно, будет наблюдать, как компания барахтается. Уровень лидерства и приверженность к инновациям, наблюдаемые у руля самых инновационных компаний, демонстрируют истинность этой аксиомы

Основываясь на важной роли инноваций в стимулировании роста, производительности и оценке, McKinsey ежеквартально проводила опрос руководителей о лидерстве и инновациях в сентябре 2007 года. Результаты исследования показали, что более 70% респондентов согласны с тем, что инновации будут как минимум одним из трех основных драйверов роста для их компаний в ближайшие три года. Другие респонденты рассматривают инновации как наиболее важный способ для компаний
ускорить темпы изменений в современной глобальной бизнес-среде. Однако большинство респондентов признают, что они как правило, они разочарованы в своей способности стимулировать инновации. В целом, многие предыдущие исследования были сосредоточены
на лидерской роли в организационном развитии, но организационное лидерство в развитии инновационного процесса и трансфера технологий еще далеко не установлено, особенно на предприятиях пищевой промышленности.

Пищевая промышленность в целом обычно рассматривается как низкотехнологичная отрасль с низким уровнем инвестиций в НИОКР и
зрелыми, всепроникающими технологиями, где статические возможности преобладают над динамическими возможностями. Другие перспективы пищевой промышленности, включают: 1) инновационные процессы в пищевой промышленности первоначально разрабатываются в небольших компаниях, которые могут не иметь ноу-хау, необходимого для их коммерциализации. 2) запатентованная технология еды сильно сконцентрирована в немного фирм, большинство из которых транснациональные компании. 3) инновации в продовольственном секторе, как правило, носят не радикальный, а инкрементальный

Как руководитель проекта, вы увидите, что факторы среды предприятия являются входными данными для многих [процессов](https://masterofproject.com/blog/128642/what-is-process?affcode=39817_nelcro7d) в управлении проектами. **Условия, которые не находятся под контролем проектной команды, классифицируются как факторы среды предприятия.**Они влияют, ограничивают или направляют проект по категориям. Вот почему [роль менеджера проекта](https://masterofproject.com/blog/88100/role-of-the-project-manager?affcode=39817_nelcro7d) всегда должна включать учет факторов среды предприятия при планировании проекта. Вот почему факторы окружающей среды предприятия являются входными данными для большинства процессов планирования.

Теперь давайте перечислим факторы среды предприятия и приведем несколько примеров, чтобы лучше проиллюстрировать эти факторы. Мы можем сгруппировать факторы окружающей среды предприятия в четыре основные группы.

### Экологический фактор предприятия № 1: организационная культура, структура и управление

Как менеджер проекта, вы не можете влиять на управление вашей компанией или иерархию управления вашей компанией. Так что это можно рассматривать как фактор окружающей среды предприятия. Тем не менее, **подход вашего управления и иерархии в компании напрямую влияет на управление проектами** в компании. Поэтому, прежде чем проводить планирование проекта, вы должны знать культуру и структуру управления вашей компании. Это идеально для избежания несовместимости между проектом и самой компанией.

### Фактор окружающей среды предприятия № 2: государственные или отраслевые стандарты

Государственные и отраслевые стандарты напрямую влияют на проект, но это некоторые условия, которые вы не можете контролировать. Вот почему они являются еще одним примером для факторов окружающей среды предприятия. Если вы хотите производить продукт для здоровья, скажем, монитор артериального давления, он должен соответствовать стандартам Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ). Если вы будете продавать этот продукт в США, он должен соответствовать требованиям FDA. Поскольку**эти стандарты будут влиять на объем вашего проекта, они также рассматриваются как факторы среды предприятия .**

### Экологический фактор предприятия № 3: Политический климат

Политический климат очень важен для проектов. Например, если ваш проект будет выполнен в стране, на которую наложено эмбарго, скорее всего, у вас будут проблемы с закупками. Или, скажем, во время выполнения государственного проекта в стране вашей компании и компании вашего клиента начался дипломатический кризис. Это может повлиять и на ваш бизнес. Таким образом, политический климат является важным фактором окружающей среды предприятия.

### Экологический фактор предприятия № 4: состояние рынка

Последний пример Фактора среды предприятия - это условия рынка. Давайте рассмотрим, что вы работаете в компании, которая переживает экономический кризис. Это напрямую повлияет на доход вашей компании. Соответственно, могут быть затронуты и ваши проекты, особенно бюджет

## 2.2 Прямой анализ предоставленных данных методом SWOT

Рассмотрим один из наиболее распространенных методов анализа - SWOT. В литературе есть много его модификаций. Этот метод был разработан Альбертом Хамфри. Благодаря этой матрице вы можете определить слабые и сильные стороны, а также возможности и угрозы. Преимуществом метода является то, что он позволяет принимать стратегически важные для организации решения. Определяя возможности компании с помощью этого метода, можно сказать, что: какой новый продукт может сделать организация; может ли организация завоевать новых клиентов, ввести новые технологии производства, а также наличие ресурсов для построения и совершенствования цепочки ценностей. Данный метод позволяет выявить те факторы, которые могут нанести ущерб предприятию, то есть угрозы. Матрица SWOT-анализа заполняется в соответствии со следующим принципом: 1. Поле " S " - определяет сильные стороны предприятия, благодаря которым можно определить стратегическое направление развития предприятия, а также принять стратегически важные решения. 2. Поле " W " - определяет, какие сильные стороны организация может использовать для уменьшения своих угроз. 3. Поле " о " - определяет возможности предприятия при наличии большого количества слабых мест. 4. Поле "Т" - определяет уязвимые места предприятия в условиях возникновения угроз

Рисунок 1 – Возможности анализа

Преимуществом данного метода является его простота в использовании, а также широкий спектр применений при
его использовании, без необходимости тратить много времени на маркетинговые исследования. Недостатком данного метода
является то, что невозможно проследить динамику временных изменений на рынке, неточность результатов анализа. Международные компании, такие как Apple, BMW, Coca Cola, могут быть примером использования SWOT
-анализа. РЕЅТ анализ является не менее распространенным и широко используемым методом анализа. Существует четыретблока факторов для этого анализа. Этот метод анализа является мониторингом и анализирует
события внешней среды.

Политико-правовые факторы: стабильность, налоги, государственная политика регулирования внешнеторговой деятельности, политическая стабильность, законодательная система, уровень судебной системы. Экономические факторы: ВВП, ВНП, инвестиционный климат, уровень инфляции, валютная стабильность, емкость рынка.
Социальные и культурные факторы: религия, образование, средства коммуникации, язык, обычаи, нормы поведения.
Научно-технические факторы: технологическое обеспечение производства, наличие и применение новых технологий в бизнесе, затраты на НИОКР.
В процессе расширения своей внешнеэкономической деятельности метод PEST-анализа использовали такие известные компании, как: Starbucks, Nike, Adidas, Uber (пестик-анализ Starbucks; пестик-анализ Nike; разница между SWOT...; пестик-анализ Adidas). Метод ЅТЕР-анализа представлен в таблице

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Группа факторов | События/факторы | Угрозы/Возможности | Вероятность события илипроявлениятого или иного фактора | Важностьтого или иного фактора илисобытия | Влияние наорганизацию | Программа действий |
| Политический |  |  |  |  |  |  |
| Экономика |  |  |  |  |  |  |
| Социальный |  |  |  |  |  |  |
| Технологический |  |  |  |  |  |  |

Таблица 1. метод анализа

Преимуществом метода анализа вредителей является его простота в использовании. Этот метод часто используется для оценки
рыночных тенденций в отрасли. С его помощью вы можете составлять долгосрочные стратегические планы с ежегодным обновлением данных. Более эффективный результат поэтапного анализа может быть получен при регулярном использовании с фиксацией времени для
отслеживания динамики изменения показателей, а также их влияния, что в свою очередь позволит точно оценивать внешнюю среду предприятия. Формирование стратегии развития предприятия.  Дюков В. И. работал над методом анализа вредителей, который добавил новые факторы, такие как:
демографические, политико-правовые, физические, технологические, экономические, культурные и социальные. К. Флейшер основал метод пошагового анализа,. Этот метод анализа также включает такие показатели, как научно-технический, экономический, политический, правовой, социальный и экологический. В зависимости от специфики бизнеса компании, прогнозы, полученные с помощью этого метода, являются долгосрочными, краткосрочными и Преимуществом данного метода является широкий спектр как качественных, так и количественных факторов, которые
взаимодействуют между собой. Недостатки данного метода можно отнести к тому, что при использовании данного метода анализа компания должна систематически отслеживать, а также накапливать достоверность источников данных.Его цель-правильно акцентировать внимание на более весомых показателях, что в конечном итоге помогает оптимизировать работу
информация и снижение затрат на маркетинговые исследования

Анализ сканирования основан на связи между указанными выше методами анализа. Этот метод также формируется на основе экспертных оценок. Метод позволяет сформировать стратегические цели для предприятия, а также помогает сформировать возможные новые направления в деятельности организации. К недостаткам данного метода можно отнести возможную недостоверность расчетных данных, поэтому исследователю следует систематически проверять источники информации на их
достоверность.
Систематизировать данные, полученные в результате работы по анализу стратегических факторы окружающей среды, предлагаю использовать так называемую форму EFAS (резюме анализа внешних стратегических факторов)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Внешние стратегические факторы | Оценка веса | взвешенная оценка | Комментарии |
| Возможности |  |  |  |
| Общая оценка |  |  |  |

Таблица 3. Форма EFAS

Результаты исследования, проведенного этими методами, дают нам оценку каждого из выявленных факторов, что в свою очередь позволяет руководству принять правильное решение в выборе
стратегического направления развития организации.



Рисунок 3- Использование некоторых подходов

Систематизация использования методов стратегического анализа.

Для анализа влияния внешних факторов можно также использовать метод ETOM analysis, который является как матрица угроз, так и макро-возможности. Преимущества данного метода
можно объяснить тем, что количество исследуемых факторов и событий, вносимых исследователем, ограничено. Основываясь на результатах исследования, проведенного данным методом, руководство
компании может понять, какие стратегические решения необходимо принять.
Матрица анализа ETOM представлена в таблице 4.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Фактор | Мероприятия и факторы | Угрозы (-) | Возможности (+) | Вес (1-5) | Важность (1-15) | Влияние стратегии на компанию |
| Экономика |  |  |  |  |  |  |

Таблица 4-Matrix аналитическая матрица

## 2.3 Стратегии анализа выбранного инновационного проекта

К недостаткам метода ETOM-анализа можно отнести то, что
не учитывается связь между факторами внешней среды, а также оценки, которые зависят от субъективного мнения экспертов.

Используя данный метод анализа, можно оценить уровень конкурентной позиции компании на рынке, одновременно оценив ее сильные, нейтральные и слабые стороны. Этот метод эффективен при
оценке потенциальных возможностей. Перечень исследуемых факторов формируется предприятием самостоятельно, в зависимости от его специфики деятельности, но и включает факторы риска. С помощью этого метода можно исследовать любую управляемую систему как систему управления предприятием, так и систему управления состоянием. То есть можно сказать, что этот метод универсален. Как в результате использования метода NSW при оценке внешней среды организация может устранить свои слабые места.
На рисунке 3 представлена системная схема применения методического инструментария в зависимости от стратегических целей предприятия.
Следовательно, одним из важнейших элементов стратегического управления и планирования деятельности компании является анализ ее внешней среды. В процессе ведения бизнеса там возникают как угрозы, так и возможности для развития организации. Для при их обнаружении широко используются следующие методы анализа: SWOT-анализ, анализ вредителей,
сеточный анализ, анализ сканирования, пошаговый анализ, ETOM-анализ, EFAS-анализ, SNW-анализ. Были выявлены их преимущества и перечислены недостатки.
Таким образом, приведенные методы позволяют выявить сильные и слабые стороны организации, чтобы исследовать угрозы и возможности его развития, на основе которых можно осуществлять планирование и стратегическое направление развития предприятия.
В результате проведенного исследования были проанализированы основные методы анализа внешней среды, представлена системная схема методического инструментария стратегического анализа в зависимости от целей организации. Выяснилось, что следующие инструменты анализа используются международными компаниями, такими как Apple, BMW, Coca-Cola, Starbucks, Nike, Adidas, Uber.

Исследуются угрозы и возможности его развития, на основе которых
можно осуществлять планирование и стратегическое направление развития предприятия. В результате проведенного исследования были проанализированы основные методы анализа внешней среды, представлена системная схема методического инструментария стратегического анализа в зависимости от целей организации. Выяснилось, что следующие инструменты анализа используются международными компаниями, такими как Apple, BMW, Coca-Cola, Starbucks, Nike, Adidas, Uber.

## Инновационный проект

## 3.1 Описание текущего инновационного проекта

На данный момент в сфере ритейла и розничной торговли существует главная задача ввиду наличия большой конкуренции: потребитель должен вернуться именно в ТТ (торговой точки) рассматриваемой компании. Увеличение количества жителей выбранных микрорайонов приводит к увеличению торгового потока потребителей ТТ, поэтому время, затрачиваемое в очереди потребителем, очень сильно влияет на его общее видение магазина и вероятность возвращения обратно это гарантирует увеличение прибыли. Задача состоит в корректировке потребительского настроения, корзины и увеличения доходности. Данная проблема решается наличием автономности покупателя обособленно от взаимодействия с кассиром. Задача проекта заключается в упрощении системы обслуживания потребителей гипермаркета для увеличения потребительской корзины, уровня удовлетворенности покупателя и в дальнейшем его возвращения в торговую точку с целью увеличения прибыли предприятия.

##  Анализ влияния внешних факторов на проект

Так как созданный проект не является связанным с внешними факторами, то влияние на него по экономическим, социальным и технологическим , политическим воздействий со стороны государства. Единственный фактор, который может воздействовать на проект- экономический. Резкое увеличение налогов у населения приведет к уменьшению получаемых средств и в следствие, количество потребителей той или иной торговой точки снизится, что приведет к простою инновационного проекта, как показателя востребованности.

## Заключение

Если инновационный проект является зависимым от внешних факторов, использование вышеприведенных методов позволит: эффективно осуществлять внешнеэкономические операции, оценивать конкурентов и собственные преимущества организации, контролировать собственные ресурсы организации, эффективно оценивать факторы внешней среды для быстрого реагирования на них, реализовывать инновационные стратегии развития организации, а также осуществлять инвестиционную политику. Таким образом, применение предложенного методологического инструментария для анализа внешнеэкономической деятельности предприятий позволит системно анализировать внешние факторы, формировать оптимальный выбор стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия для достижения поставленных целей организации, а также для расширения его внешнеэкономической деятельности.

Инновационный проект описанный в 3 главе таковым не является, но все же имеет зависимость от некоторых факторов, а именно:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Факторы влияния внешней среды  | Отклонения | Минимизация |
| Рост налогов | Уменьшение прибыльности | Изменение политики компании |
| Санкции | Импортозамещение | Импортозамещение |
| Сокращение инвестиций | Открытие меньшего количества ТТ | Привлечение других инвесторов |
| Повышение конкурентов | Техническое и маркетинговое улучшение | Регулярная модернизация |
| Пандемии | Уменьшение числа покупателей в ТТ и снижение прибыли | Соблюдение санитарных норм |

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеев А.А. Методика сегментирования потребителей. -М.: БЕК, 2010.
2. Василевская И.В. Инновационный менеджмент. Учебное пособие 3-е издание. Москва, 2015 г. –129 с.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации часть первая от 30 ноября 1994 г. N 51-ФЗ с изм. от 13.05.2008 N 68-ФЗ // Справочно-правовая система "Консультант Плюс": [Электронный ресурс]
4. Иванов М.М., Колупаева С.Р., Кочетова Г.Б. США: управление наукой и нововведениями. -М.: Наука, 2010.
5. Костерин А.Г. Практика сегментирования рынка. -С-Пб.:Питер, 2010. -540с.
6. Морозов Ю.П. – Инновационный менеджмент, 2000.
7. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности.М.: Финансы,2010. –280с.
8. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность. -М.: Экономика, 2010.
9. Пригожин А.И. Цели и ценности. Новые методы работы с будущим -М.: Дело АНХ, 2010 г -432 с.
10. Радионов Р.А. Нормирование сбытовых запасов и оборотных средств предприятия. -М.: ДЕЛО, 2010. -320с.
11. Соколова О.Н., Инновационный менеджмент. Учебное пособие.

КноРус, Москва 2014 г. –203 с.

1. Сулоева С.Б. – Контроллинг: учебное пособие.
2. Траут Д. Новое позиционирование. -С-Пб.: Питер, 2010. -319с.,
3. Шумпетер И. Теория экономического развития: -М.: Прогресс, 2012. -344с.
4. http://fb.ru/article/3899/sovremennaya-innovatsionnaya-deyatelnost-predpriyatiya
5. Студопедия.
<http://studopedia.ru/1_103876_innovatsionnaya-deyatelnost-predpriyatiya.html>
6. Центр креативных технологий. <http://www.inventech.ru/lib/predpr/predpr0053/>
7. Институт управления и оценки бизнеса.
 <http://investobserver.info/innovacionnaya-deyatelnost-organizacii/>
1. Ткачев А.Г., Попов А.И., Авдеева А.В. Управление инновационными проектами в машиностроении [Текст]: учебное пособие [↑](#footnote-ref-1)