

Тесты кафедры анатомии человека МГМСУ им. А.И. Евдокимова

Тема: Инновационная деятельность предприятия

Содержание

Введение

Глава 1. Сущность инновационной деятельности предприятия в современных условиях

1.1 Определение инноваций и инновационной деятельности

1.2 Организационная структура инновационной фирмы и основные виды инновационной деятельности организации

1.3 Оценка инновационной деятельности организации

Глава 2. Анализ инновационной деятельности предприятия

2.1 Факторы, влияющие на инновационную деятельность хозяйствующих субъектов

2.2 Стратегии инновационного развития

Глава 3. Анализ инновационной деятельности предприятия ОАО "Бишкек Сут "

3.1 Общая характеристика предприятия

3.2 Анализ инновационной деятельности предприятия

3.3 Пути повышения эффективности инновационной политики и конкурентоспособности ОАО "Бишкек Сут"

Заключение

Список использованной литературы

Приложение А

Приложение Б

Приложение В

Приложение Г

Введение

В современных условиях инновации являются одним из важнейших факторов обеспечения экономического роста, повышения конкурентоспособности страны,

повышения уровня жизни населения, а также поддержания экономической, технологической безопасности страны.

Состояние инновационной деятельности в любом государстве - это важнейший индикатор развития общества и его экономики. В реализации инновационного пути развития важная роль принадлежит базовому звену экономики - предприятиям, которые являются непосредственными субъектами инновационной деятельности. Инновационная политика позволяет решать задачи перестройки экономики, непрерывного обновления технической базы производства, выпуска конкурентоспособной продукции, создание благоприятного экономического климата для осуществления инновационных процессов.

Инновационная политика государства находится в прямой зависимости от ее экономического базиса. Инновации охватывают как экономическую, так и социальную стороны жизни общества. Научно-техническая и инновационная деятельность призвана решать задачи, связанные с формированием эффективной национальной инновационной системы, повышением инновационной активности организаций. Новая экономика - это есть интеллектуальный ресурс, который становится источником богатства.

Актуальность темы работы заключается в том, что с переходом к рыночной экономике выживание предприятий в значительной степени стало зависеть от их инновационной деятельности. В условиях модернизации актуальным становятся проблемы конкурентоспособности и устойчивого развития предприятий на базе более полного использования и наращивания их инновационного потенциала. Воплощение инновационных процессов в новой продукции, технике и есть основа социально-экономического развития, которые позволят повысить прибыль в сложившейся рыночной конкуренции. Возрастающая роль инновационной деятельности предъявляет новые требования к вопросам о выборе наиболее эффективных механизмов использования и оценки инновационного потенциала, управления инновационной деятельностью предприятия.

Целью данной работы является изучение и оценка инновационной деятельности ОАО "Бишкек Сут". Достижение поставленной цели в работе потребовало решения ряда взаимосвязанных задач:

определить основные понятия, составить классификацию инноваций;

изучить инновационную деятельность предприятия;

оценить современное экономическое состояние ОАО "Бишкек Сут" на основе анализа основных технико-экономических показателей и инновационный потенциал, инновационную активность предприятия;

рассмотреть пути повышения эффективности инновационной политики и конкурентоспособности предприятия.

Предметом исследования данной работы является инновационная деятельность ОАО "Бишкек Сут", то есть деятельность, направленная на использование результатов научных исследований и разработок для обновления номенклатуры и улучшения качества выпускаемой продукции, совершенствования технологии ее изготовления. Объектом исследования является ОАО "Бишкек Сут" - крупнейшее

молокоперерабатывающее предприятие и лидер молочной отрасли Кыргызской Республики, который обеспечивает молочной продукцией не только внутренний рынок, но и рынки ближнего зарубежья.

Теоретическую и методологическую основу исследования составили работы отечественных и зарубежных ученых и специалистов, материалы периодической печати, соответствующие нормативно-правовые документы, документация предприятия, интернет-ресурсы.

При работе использовались научные методы экономического анализа и синтеза, описания, систематизации, классификации, сравнения относительных величин, статистический, диалектический методы

Глава 1. Сущность инновационной деятельности предприятия в современных условиях

1.1 Определение инноваций и инновационной деятельности

Слова "инновация", "новшество", "нововведение", "открытие", "инновационный процесс", "инновационная политика", "инновационная деятельность" и т. д. прочно вошли в лексикон современной жизни. Рассмотрим словосочетание "инновационная деятельность", как наиболее отвечающее сути исследуемого явления. Основой данного словосочетания являются два базовых понятия -- "деятельность" и "инновация". Лишь при ясном представлении термина "деятельность" можно более точно раскрыть содержание понятия "инновационная деятельность". Экономика, философия, психология и другие науки изучают термин "деятельность". Важность категории "деятельность" не требует доказательства. Само понятие "деятельность" охватывает все стороны человеческой жизни: биологическую и социокультурную, внешние и внутренние процессы. Обобщая определения разных источников, можно сказать, что деятельность -- это процесс, включающий цель, мотив, средства и результат. Оксфордский толковый словарь гласит следующее: деятельность -- это "родовой термин, применимый как синоним для обозначения действия, движения, поведения, мыслительного процесса, физиологических функций и т. д. Из-за большой обобщенности "деятельность" обычно употребляется вместе с определяющим прилагательным, например, целенаправленная деятельность, спонтанная деятельность, деятельность, направленная на решение задач, и т.д." Оксфордский толковый словарь по психологии/Под ред. А.Ребера, 2002г.. В это определение вписывается и инновационная деятельность.

Исследуя содержание инновационной деятельности, разберем понятие "инновация", являющееся ее составной частью. Термин "инновация" в настоящее время является одним из самых употребляемых в нашей стране и применяемым в различных областях производства, науки, культуры и образования, экономических, правовых, социальных отношениях и других сферах деятельности человека. Слово "инновация" произошло от латинского слова "innovus" (in -- в и novus -- новый) и переводится на русский язык как "новинка", "обновление", "изменение" Ларичева Е. А. Двойственная

роль инноваций / Менеджмент в России и за рубежом, № 3, 2004. (Сс 22-26)Пожалуйста, не забудьте правильно оформить цитату:Максимов Н. Н. Теоретические основы инновационной деятельности [Текст] / Н. Н. Максимов // Молодой ученый. -- 2013. -- №10. -- С. 340-343..

Существуют множество различных определений инновации как отечественных, так и зарубежных специалистов. В термин "инновация" различные авторы вкладывают несколько различающийся смысл. Для уточнения понятия "инновация" выделим несколько определений, характеризующих данное понятие с различных позиций (табл. 1.1.).

Таблица 1.1.

Определения понятия "инновация"

Автор, источник

Определение

Примечание

Уткин Э. А., Морозова Н. И., Морозова Г. И. Инновационный менеджмент..., 1996, с. 10.

Инновация -- это процесс реализации новой идеи в любой сфере жизнедеятельности человека, способствующей удовлетворению существующей потребности на рынке и приносящий экономический эффект.

Как процесс внедрения нового

Завлин П. Н. Основы инновационного менеджмента..., 2004, с. 6.

Инновация -- новая или улучшенная продукция (товар, работа, услуга), способ (технология) ее производства или применения, нововведение или усовершенствование в сфере организации и (или) экономики производства, и (или) реализации продукции, обеспечивающие экономическую выгоду, создающие условия для такой выгоды или улучшающие потребительские свойства продукции (товара, работы, услуги).

Как новый продукт

Друкер, П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения / Пер. с англ. -- М.: ФАИР-ПРЕСС, 1998

Инновация -- это разработка и внедрение нового, ранее не существовавшего, с помощью которого старые, известные элементы придают новые очертания экономике данного бизнеса

Как итоговый результат творческого процесса и внедрения нового

Бездудный Ф. Ф., Смирнова Г. А., Нечаева О. Д. Сущность понятия..., 1998, с. 8.

Инновация -- это комплексный процесс создания, распространения и использования нового практического средства для лучшего удовлетворения известной потребности людей

Как итоговый результат творческого процесса и внедрения нового

Степаненко Д. М. Классификация инноваций..., 2004, с. 77.

Инновация понимается как конечный результат научного исследования или открытия, качественно отличный от предшествующего аналога и внедренный в производство.

Как итоговый результат творческого процесса и внедрения нового

Милославский И. Новизна с последствиями. -- М.: Известие, 2012. -- 33с.

Инновация -- это не всякое новшество или нововведение, а только такое, которое серьезно повышает эффективность действующей системы, т. е. применено на практике

Как процесс внедрения нового

Анализ приведенных определений термина "инновация" позволяет констатировать, что на современном этапе распространены три основные точки зрения и инновация представлена как: - конечный результат -- новшества (новый продукт, изделие, процессы, технологии, методы, услуги и т. п.); - творческий процесс, направленный на разработку новых видов изделий, технологий, процессов, методов, услуг, организационно-технических и социально-экономических управленческих решений производственного, экономического, административного и другого характера в сфере организации, экономики и управления производством; - процесс внедрения в производство новых изделий, элементов, технологий, подходов, методов качественно отличных от предшествующего аналога и обладающих более высоким научно-техническим потенциалом, новыми потребительскими качествами.

В процессе развития исследований разновидностей инноваций и понимания их роли в экономическом развитии в 1960-е годы возникла потребность в общеевропейской статистике научных исследований и разработок. Для ее удовлетворения в 1963 г. в Италии в г. Фраскати принято первое руководство для проведения соответствующих статистических обследований: "Руководство Фраскати" Впоследствии оно фактически переросло в Международные стандарты в статистике науки, техники и инноваций Стандарт отчетности по научным исследованиям и разработкам (Proposed Standard Practice for Surveys of Research and Experimental Development -- the Frascati Manual, 193 стр.), 150 стр., ОЭСР, 2002.. В соответствии с этими стандартами инновация -- это конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам. С.А. Агарков выделяет следующие источники идеи для инноваций Агарков С.А. Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика Агарков С. А., Кузнецова Е. С., Грязнова М. О. «Академия Естествознания», 2011 год: - открытие, научная идея, научная теория, явление; - изобретение, ряд изобретений, лицензии; рационализаторские предложения; - прочие ситуации (неожиданное событие, потребности рынка, изменения в структуре отрасли или рынка, демографические изменения и т. п.). Открытия, изобретения рационализаторские предложения отличаются от инновации по следующим признакам: - Инновация осуществляется на уровне технологического (прикладного) порядка, а открытие и изобретение -- как правило, на фундаментальном; - Инновация разрабатывается коллективом, а открытие, изобретение и рационализаторское предложение может быть сделано одиночкой; - Инновация не может произойти случайно, всегда является результатом поиска и требует технико-экономического обоснования. Открытие, изобретение и рационализаторское предложение может произойти случайно; - Инновация всегда ставит своей целью повысить производительность труда, снизить себестоимость производства и получить прибыль Максимов Н. Н. Теоретические основы инновационной деятельности [Текст] / Н. Н. Максимов // Молодой ученый. -- 2013. -- №10. -- С. 340-343.

Подводя итог вышеизложенному, можно сделать вывод: инновационная деятельность направлена на создание, воплощение и реализацию инновации, т. е. на достижение результата. Результатом являются новые технологии, виды продукции, услуги, организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого характера, которые способствуют их продвижению на рынок. Инновационная деятельность в настоящее время является ключевым фактором развития современных предприятий и позволяет им осуществлять эффективную деятельности.

1.2 Организационная структура инновационной фирмы и основные виды инновационной деятельности организации

Организация инновационной деятельности направлена на упорядочение процессов генерации новых идей, поиска и разработки технических решений, создание новаций, а также их внедрение.

Формами инновационной деятельности могут быть: хозяйственные товарищества, различные общества, государственные и муниципальные унитарные предприятия и организации, а непосредственно инновационной деятельностью могут заниматься научно-исследовательские, конструкторские, проектно-конструкторские, проектные и проектно-изыскательские организации, опытные заводы, научные подразделения в составе промышленных предприятий, а также высшие учебные заведения.

Инновационная деятельность имеет следующие основные формы организации:

- научные центры и лаборатории в составе корпоративных структур. Они призваны осуществлять научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, организовывать освоение и производство новой продукции и услуг;
- временные творческие научные коллективы или центры, которые создаются для решения определённых крупных и оригинальных научно-технических проблем;
- государственные научные центры - особый тип государственных научных организаций, механизм деятельности которых призван обеспечить согласование, с одной стороны, стратегически долгосрочных приоритетов государства в развитии важнейших направлений науки и техники, а с другой, - экономических и социальных интересов конкретных субъектов научно-технической деятельности;
- различные формы технопарковых структур (научные технологические и исследовательские парки, инновационные, инновационно-технологические и бизнес-инновационные центры, инкубаторы бизнеса, технополисы).

Технопарки - это научно-производственные территориальные комплексы, главная задача которых состоит в формировании максимально благоприятной среды для развития малых и средних наукоёмких инновационных фирм-клиентов.

Бизнес-инкубатор - организация, где начинающие предприниматели получают навыки ведения собственного дела, где им оказывается правовая, экономическая и консультативная помощь.

Технополисы представляют собой крупные современные научно-промышленные комплексы, включающие также университет или другие высшие учебные заведения, научно-исследовательские институты, а также жилые районы. Здесь создаются благоприятные условия для развития новых научных направлений и наукоёмких производств.

Одна из форм технологических нововведений - венчурный бизнес, который трактуется как рискованный бизнес. Венчурный бизнес характерен для коммерциализации результатов научных исследований в наукоёмких и в первую очередь в высокотехнологичных областях, где получение эффекта не гарантировано и имеется значительная доля риска. Под венчурной фирмой понимается обычно коммерческая научно-техническая фирма, занятая разработкой и внедрением новых и новейших технологий и продукции с не определённым заранее доходом, т.е. с рискованным вложением капитала

Горфинкель В.Я. Экономика предприятия: Учебник для вузов / под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара. - 4-е изд.,

перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 670 с..

Механизм организации инновационной деятельности на предприятии ориентирован на формирование и реорганизацию структур, осуществляющих инновационные процессы. Такая работа может проходить в различных формах, основными из которых являются создание, поглощение, рыночная инновационная интеграция, выделение.

Создание -- это формирование новых предприятий, структурных подразделений или единиц, призванных осуществлять инновационную деятельность. Наиболее существенными элементами новых организационных форм являются матричные структуры, научно-технические подразделения, научно-технические организации, осуществляющие деятельность по рыночным принципам, внутренние венчуры. Матричные структуры представляют такие организационные формирования, которые создаются временно -- на срок разработки и внедрения новшеств, включают специалистов различного профиля, административно подчиняющихся руководителям соответствующих постоянных подразделений, но временно направленных на работу во временную внедренческую структуру для проведения работ по определенной специализации. Такие временные подразделения позволяют объединить различных специалистов на срок разработки и внедрения нововведения. Научно-технические подразделения создаются на постоянной основе, они не имеют хозяйственной самостоятельности, и их деятельность осуществляется за счет бюджета компании в целом.

Самостоятельные научно-технические организации, напротив, имеют собственный бюджет, они продают свои разработки производственным подразделениям компании. Это повышает ответственность за результаты деятельности, их соответствие целям компании и требованиям рынка.

Внутренние венчуры, или так называемые интрапренерские структуры занимаются, как правило, непосредственным внедрением нововведений, ориентированным на новую рыночную нишу.

В ряде случаев весьма эффективным организационным механизмом может быть поглощение крупной компанией небольших инновационных фирм, деятельность которых входит в круг интересов этой компании. Данный механизм предполагает осуществление больших единовременных затрат, но приводит к значительному сокращению сроков выхода с новым продуктом на рынок.

Механизмом, дополняющим поглощение, является установление тесных связей между крупной компанией и малыми инновационными фирмами, которые основаны на долгосрочных договорных отношениях и совокупность которых называют рыночной инновационной интеграцией. В этом случае инновационные фирмы сохраняют свою самостоятельность, но попадают в сферу рыночных производственных связей крупной компании.

Сочетание процессов поглощения и рыночной инновационной интеграции дает основание предложить использование так называемой веерной организации инновационного процесса. Ее смысл заключается в создании инновационного окружения производственной компании, состоящего из фирм, в отношении которых

совершено поглощение (ИФП), а также рыночно-интегрированных фирм (РИФ). Выделение -- организационный механизм, предполагающий создание самостоятельных инновационных компаний, ранее бывших частью целостных производственных образований.

Такие действия целесообразно осуществлять, когда образуется новое направление деятельности, не связанное с основной специализацией компании, отвлекающее на себя ее ресурсы Организация инновационной деятельности на предприятии. - <http://www.kylbakov.ru/page110/page149/index.html>.

1.3 Оценка инновационной деятельности организации

Осуществление инновационной, как и любой другой, деятельности всегда связано с различными внутренними и внешними затратами. Поэтому чтобы определить экономическую эффективность инновационной деятельности, необходимо оценить эффективность затрат на нее.

Следует различать эффективность затрат на инновационную деятельность у производителей (продавцов) и у покупателей. Основным критерием обоснования экономической эффективности инновационной деятельности у производителей (продавцов) является ее результат: чистый дисконтированный доход, который определяется путем сравнения произведенных затрат и получаемых результатов и принимается за базу для всех последующих обоснований экономической эффективности конкретного инновационного проекта. Экономическую эффективность инновационной деятельности у покупателей нужно рассматривать с иной стороны. Покупатель, приобретая новшества, совершенствует свою материально-техническую базу, технологию производства и управления. Он несет затраты, связанные с покупкой новшества, его транспортировкой, освоением и др. Эффективность затрат покупателя на использование новшеств можно определять, а также управлять ею, через сравнение следующих показателей:

- затраты на производство и реализацию продукции до и после введения новшеств;
- выручку от реализации продукции до и после введения новшеств;
- стоимость потребляемых ресурсов до и после введения новшеств;
- среднесписочную численность персонала и т.д.

Под устойчивостью проекта понимается предельное негативное значение анализируемого показателя, при котором сохраняется экономическая целесообразность реализации проекта. Устойчивость проекта к изменению анализируемого показателя рассчитывается исходя из приравнивания к 0 уравнения для расчета NPV.

Проект считается устойчивым, если при отклонении показателей проекта (капитальные вложения, объем продаж, текущие затраты и макроэкономические факторы) на 10% в худшую сторону, сохраняется условие $NPV = 0$.

Чувствительность к изменению показателя определяется также с помощью анализа, когда анализируемый показатель изменяется на 10% в сторону негативного отклонения. Если после этого NPV остается положительным, то инновационная деятельность считается нечувствительной к изменению данного фактора. Если же

NPV принимает отрицательное значение, то деятельность имеет чувствительность менее 10%-ного уровня и признается рискованной по данному фактору. Подводя итоги в данной главе, хотелось бы отметить, что в рыночных условиях хозяйствования очень важен такой показатель, как привлекательность инновационных проектов, определяемая стратегией фирмы-инноватора, условиями привлечения финансовых ресурсов и их источниками, дивидендной политикой инноватора. Этот фактор очень важен при оценке эффективности организации инновационной деятельности на любом предприятии. Оценка эффективности инновационной деятельности. - <http://www.dist-cons.ru/modules/innova/section7.html#7.4>.

Глава 2. Анализ инновационной деятельности предприятия

2.1 Факторы, влияющие на инновационную деятельность хозяйствующих субъектов

Процесс создания, освоения и распространения инноваций называется инновационной деятельностью, состоящей в разработке и реализации результатов научно-технических изысканий в виде нового продукта (услуги) или нового технологического, организационного, управленческого процесса. Он представляет собой последовательность действий по инициации инновации, по разработке новых продуктов и операций, по их реализации на рынке и по дальнейшему распространению результатов.

Поскольку инновационная деятельность предприятия протекает под воздействием факторов внутренней и внешней среды, то считаем целесообразным их исследование.

В "Большом толковом словаре правильной русской речи" фактор определяется как движущая сила, причина какого-либо процесса, явления. Большой толковый словарь правильной русской речи. СПб., «ДИЛЯ», 2006.. "Современный экономический словарь" Б.А. Райзберга уточняет определение, рассматривая его движущей силой экономических, производственных процессов, оказывающих влияние на результат производственной, экономической деятельности Райзберг, Б.А., Лозовский, Л.Ш., Стародубцева, Е.Б. Современный экономический словарь. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2002..

Если рассматривать предприятие как систему, находящуюся в постоянной взаимосвязи с внешней средой, то можно выделить 2 укрупненные группы факторов: внешние и внутренние. Известно, что первые являются внешними по отношению к предприятию, их изменение практически не зависит от хозяйствующего субъекта; вторые - напрямую определяются организацией работы самого предприятия.

Глаголев С.Н. Глаголев, С.Н. Экономический механизм гибкого развития промышленного предприятия : монография СПб., Химиздат, 2002., ограничивает деление факторов, влияющих на хозяйствующий субъект внешними и внутренними. Внешние факторы отражают общеэкономические условия деятельности

предприятия, то есть сложившееся состояние экономики и уровень ее развития, специфика включения в международное разделение труда и отраслевая ориентация на удовлетворение производственных и потребительских потребностей, уровень развития рынка, состояние производства в целом (оживление - подъем - спад - кризис - депрессия); государственно-правовой механизм, действенность законодательной базы и уровень ее развития, степень правовой и нормативной обеспеченности хозяйственной деятельности, устанавливающей определенные границы и запреты Инновационный тип развития экономики : учебник / под общ. ред. А.Н. Фоломьева ; Российская академия государственной службы при Президенте РФ. 2-е изд., доп. и перераб. М., РАГС, 2008.

По мнению Фетисова Г.Г., внутренние факторы следует подразделять на три самостоятельные группы Фетисов, Г. Г. Устойчивость банковской системы : Учебное пособие. М., Финансовая академия, 2002.:

Рис. 2.1. Классификация факторов Составлено автором

Среди трех групп внутренних факторов большинство автор решающее влияние отдает группе экономических факторов.

Этот подход не лишен достоинств, главным из которых является простота и широкое практическое применение: анализ внешней среды и внутренних сил и слабостей организации является важнейшим этапом анализа инновационной деятельности предприятия.

С другой стороны, представляется, что при изучении инновационности предприятия необходимо привести более подробную классификацию факторов - их выделение в отдельные группы более чем по одному критерию с целью выявления места каждого фактора в общей их совокупности. Такая классификация, во-первых, позволит охарактеризовать влияние изменения фактора на деятельность предприятия, используя несколько классификационных признаков. Во-вторых, даст возможность выделить те факторы, которые могут обеспечить повышение инновационной активности предприятия.

Черных А.В. Черных, А.В. Механизм устойчивого развития предприятия в период активной инвестиционной деятельности // Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Белгород, 2006. 21 с. классифицирует факторы, принимая во внимание основные сферы функционирования предприятия в рыночных условиях, следующим образом:

? по принадлежности к среде предприятия: факторы внешней среды - факторы прямого воздействия (факторы мезосреды), факторы косвенного воздействия (факторы макросреды); факторы внутренней среды.

? по характеру: экономические, неэкономические.

? по возможности прогнозирования: прогнозируемые, непрогнозируемые (случайные).

? по возможности контроля и управления: управляемые, неуправляемые.

? по продолжительности действия: однократно, периодически, постоянно действующие.

Нам представляется, что данная классификация более полно отражает всю

совокупность факторов, влияющих на инновационное развитие хозяйствующего субъекта, однако не учитывает такую важную компоненту, как инновации. Данный фактор можно отнести к практически любой категории, поскольку новшества в современной экономике охватывают все аспекты существования хозяйствующего субъекта: от экономики и финансов до кадровой и социальной компонент.

Обобщенная классификация факторов, влияющих на инновационную деятельность хозяйствующего субъекта, представлена на рисунке 2.2.

Далее целесообразно конкретизировать предложенную классификацию факторов.

Рис. 2.2. Факторы, влияющие на инновационное развитие хозяйствующих субъектов
<http://ej.kubagro.ru/2011/07/pdf/23.pdf>

1. Внешние и внутренние факторы.

Внешняя среда традиционно делится на среду непосредственного воздействия (мезосреду) - различные группы, интересы которых затрагивает деятельность предприятия, и среду косвенного воздействия (макросреду) Фетисов, Г. Г.

Устойчивость банковской системы : Учебное пособие. М., Финансовая академия, 2002.. К факторам прямого воздействия относятся: потребители, акционеры, поставщики, инвесторы и кредиторы, конкуренты, торговые посредники, государственные и местные органы, население и различные общественные организации. Внешние факторы косвенного воздействия включают в себя международные, экономические, политические, правовые, социально-культурные, технологические факторы.

В процессе прогнозирования динамики развития любого предприятия, руководство должно выяснить, обладает ли хозяйствующий субъект внутренними силами, чтобы воспользоваться внешними возможностями, имеются ли у него слабые стороны, которые могут усложнить проблемы, связанные с внешними опасностями. В такое обследование входят такие блоки анализа, как маркетинг и сбыт, финансы, операции (производство), человеческие ресурсы, организационная структура и менеджмент, культура и образ организации, которые и являются внутренними факторами развития предприятия.

2. Факторы экономического и неэкономического характера. Финансово-хозяйственная деятельность предприятия зависит от экономических и неэкономических изменений внешней среды.

Экономические факторы можно разделить на финансовые и коммерческие.

Финансовые - это в основном факторы косвенного воздействия Черных, А.В.

Механизм устойчивого развития предприятия в период активной инвестиционной деятельности // Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Белгород, 2006. 21 с.: валютный курс, инфляция, доходность на рынке капиталов, ставка по кредитам, ситуация на фондовом рынке. Однако существует вероятность перехода таких факторов в категорию прямо воздействующих, например, рост стоимости обслуживания кредита при увеличении банком процентной ставки.

Коммерческие факторы связаны с деятельностью предприятия - изменение конъюнктуры рынка, изменение спроса на продукцию, появление новых

конкурентов, расчетно-платежные отношения с поставщиками и покупателями. Факторы неэкономического характера, которые могут стать причиной рисков ситуации: стихийные бедствия, экология, политические решения, работа транспорта, нарушения производственного процесса (брак, простои, аварии), технологическое развитие.

3. Прогнозируемые и непрогнозируемые (случайные) факторы. Влияние внешних рисков обуславливает возможность наступления неблагоприятного или благоприятного для предприятия изменения среды, которое нельзя предсказать заранее. Такие изменения или факторы называются непрогнозируемыми (случайными).

Однако в процессе управления предприятием менеджеры делают прогноз макроэкономической ситуации и изменений коммерческой среды, оценивая степень вероятности их наступления, и принимают управленческие решения, исходя из такого прогноза. Следовательно, наряду со случайными можно выделить прогнозируемые факторы.

К факторам, изменение которых невозможно прогнозировать, относятся макроэкономические, экологические, социально-опасные и связанные с возникновением непредвиденных срывов Афонин, И.В. Инновационный менеджмент и экономическая оценка реальных инвестиций: учебное пособие. М., Гардарики, 2006.. К таким изменениям, как правило, относят: неожиданные меры государственного регулирования в области экспорта-импорта, ценообразования, налогообложения; изменение внешнеэкономической ситуации; колебания рыночной конъюнктуры, цен, валютных курсов; стихийные бедствия; банкротство контрагентов; срыв финансирования и др.

Достаточно велика роль случайных или неучтенных факторов в процессе планирования, причем, чем продолжительнее срок планирования, тем больше случайных факторов, вызванных неопределенностью среды.

Таким образом, неопределенность наиболее затрудняет долгосрочное планирование. Черных А.В. в число прогнозируемых факторов включает: рыночные (изменение потребительских требований, усиление конкуренции и др.); технические (изменение технологии и др.); правовые (возникновение судебных процессов, невыполнение контрактов и др.).

Следует отметить, что приведенное разделение изменений среды на прогнозируемые и непрогнозируемые в определенной степени условно, хотя не лишено логики. Необходимо также учитывать, что в каждой конкретной ситуации один и тот же фактор может быть отнесен как к случайным, так и к прогнозируемым.

4. Управляемые и неуправляемые факторы. По мнению Черных А.В. управляемые факторы - это переменные, на которые есть возможность воздействовать с целью минимизации отрицательного эффекта от их изменения либо увеличения положительного эффекта. Уменьшение риска отрицательного эффекта производится путем: принятия управленческих решений (воздействие на факторы внутренней среды); осуществления расходов, изменения условий договоров с контрагентом. Неуправляемые факторы не подвержены воздействию со стороны предприятия, а

снизить отрицательный эффект от их действия можно путем учета их влияния в стратегиях развития. Распространенным является отождествление управляемых факторов и факторов внутренней среды, хотя такой подход кажется достаточно обобщенным и не всегда соответствующим практике. Примерами управления внешними факторами могут быть стимулирование спроса на продукцию, контроль действий поставщика и т.д. Мовсесян Г.Г., Кулешова Л.В. Показатели эффективности малого предпринимательства в сфере розничной торговли // Ученые записки Российского государственного социального университета. 2009. №7(1). С.165-170. Представляется, что степень управляемости того или иного фактора зависит не только от принадлежности к той или иной среде, но и от уровня неопределенности, сопутствующего рассматриваемому фактору.

Полностью неуправляемыми являются факторы макросреды. Хотя данное утверждение также может оказаться спорным, когда речь идет о крупных предприятиях, которые могут повлиять, например, на принятие тех или иных политических решений. Также к этой группе относятся факторы, изменениям которых сопутствует большая степень неопределенности, то есть непрогнозируемые. Неуправляемыми являются большинство элементов среды непосредственного окружения, однако двусторонний характер связей между предприятием и данными элементами предполагает взаимное влияние и, следовательно, возможность частичного управления.

Таким образом, факторы среды могут быть прогнозируемыми, но не подверженными контролю со стороны предприятия. Соответственно, фактор может принадлежать к внешней среде, но быть частично управляемым (это касается непосредственного окружения предприятия).

Подобное сочетание свойств одного и того же фактора подтверждает необходимость рассмотрения развернутой их классификации.

5. Факторы однократного, периодического и постоянного действия.

Воздействие факторов может отличаться количеством или продолжительностью воздействий на функционирование хозяйственной системы. Однократным может быть, например, влияние стихийного бедствия или невыполнения обязательств поставщиком, при договоре разовой поставки Скляров И.Ю., Склярова Ю.М. Общий успех эффективность реализации государственного инновационного проекта // Креативная экономика. 2009. № 6. С. 83-86.. Такие изменения среды следует считать факторами однократного действия, хотя риск их возникновения может быть постоянным, то есть вызванным не изменяющимися с течением времени причинами.

В случае если факторы внешней среды оказывают влияние через приблизительно равные промежутки времени (например, сезонные колебания потребительского спроса), то они называются периодически действующими факторами. Необходимо уточнить, что к периодически действующим могут быть отнесены лишь прогнозируемые изменения среды, но не случайные повторения влияния одного и того же фактора. Большинство факторов среды, бесспорно, являются постоянно действующими: конкуренция, изменения спроса на товары, вызванные сменой стадии жизненного цикла; технико-технологические изменения и т.д.

Рассмотрев классификацию, можно сделать вывод, что при изучении факторов, влияющих на инновационную деятельность необходимо выделить следующие их основные характеристики: тесную взаимосвязь отдельных групп факторов между собой; сложность факторов каждой рассмотренной группы, затрудненность или отсутствие их количественного выражения.

Как правило, одна группа факторов может влиять, т. е. проявлять себе через другие факторы.

Однако представленные классификации не учитывают такой важный фактор, как инновации. Инновации означают изменения к лучшему, а изменения - развитие как на макро-, так и микроэкономическом уровне.

Инновации могут быть отнесены практически к каждой классификационной категории. Так, инновации могут быть внешними или внутренними, носить экономический или неэкономический характер. Также, в случае применения технико-технологических инноваций последние, как правило, носят прогнозируемый характер и являются постоянно действующими Собченко, Н.В. Предпринимательские структуры: факторы, влияющие на устойчивое развитие // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. 2009. №4 (часть 1). С.229-235..

Инновационный климат страны, региона является определяющим фактором, способствующим выбору оптимального пути развития, использования производственного потенциала предприятий. Способность хозяйствующего субъекта представить стратегию развития и качественные бизнес-планы инвестиций в новаторские проекты, подготовленные в соответствии с международными стандартами, зависит исключительно от характера инновационной сферы, активно развиваемой в последнее время.

Следовательно, учет влияния инноваций также важен при прогнозировании динамики развития предприятия. В результате, инновационность становится ключевым фактором успеха, если не единственным средством выживания предприятия.

2.2 Стратегии инновационного развития

Стратегия инновационного развития является элементом инновационной деятельности и атрибутом ее результативности и эффективности. Это одно из средств достижения целей предприятия, отличающееся своей новизной, прежде всего для данной организации и, возможно, для отрасли, рынка, потребителей. Инновационная стратегия подчинена общей стратегии предприятия. Она задает цели инновационной деятельности, выбор средств их достижения и источники привлечения этих средств.

Существует много различных видов стратегии. Анализ основных подходов к классификации стратегий инновационного развития позволяет условно дифференцировать их на три основные группы: внешние, внутренние и целевые стратегии (рисунок 2.3.).

Рис. 2.3. Классификация стратегий инновационного развития

Каждая из указанных групп стратегий инновационного развития может рассматриваться как отдельная и самостоятельная, однако указанные типы стратегии представляют собой элементы общей инновационной стратегии. Наступательные инновационные стратегии обеспечивают реализацию общей направленности на интенсивный рост и нацелены на увеличение присутствия предприятия в наиболее перспективных сегментах рынка за счет вытеснения имеющихся конкурентов. Они также ориентированы на разработку и освоение собственных нововведений, поиск уникальных источников формирования конкурентных преимуществ. Данные стратегии характеризуются высоким уровнем риска и эффективностью. Необходима ориентация на исследования в сочетании с применением новейших технологий. Этот вид стратегии требует высокой квалификации при разработке нововведений, умения быстро реализовать новшества и способности предвидеть рыночные потребности.

Защитные инновационные стратегии ориентированы на поддержание уже достигнутых позиций предприятия за счет упреждения действий конкурентов по расширению их рыночных долей. Основой данной стратегии являются периодически осуществляемые средне- и краткосрочные инновационные разработки, обеспечивающие сокращение затрат или добавление новых потребительски значимых свойств к уже выпускающимся видам продукции. Помимо этого, реализация защитных стратегий может осуществляться на основе вторичного использования уже существующих передовых отраслевых разработок за счет приобретения лицензии. Этот вид стратегий характеризуется невысоким уровнем риска, достаточно высоким уровнем технических разработок. Предприятия отличаются высоким уровнем техники и технологии производства, качеством выпускаемой продукции, относительно низкими издержками производства и пытаются удержать свои рыночные позиции. Такую стратегию используют предприятия, которые получают значительную прибыль в условиях конкуренции. Эти компании имеют более прочные позиции в области маркетинга и производства по сравнению с инновационными разработками, научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими работами.

Промежуточные инновационные стратегии характеризуются использованием слабых сторон конкурентов и сильных сторон предприятия, а также отсутствием (на первых этапах) прямой конфронтации с конкурентами. При промежуточной инновационной стратегии предприятия заполняют пробелы в специализации других предприятий, включая доминирующих в своей отрасли. Анализ экономической обстановки и внешней среды, проводимый при выборе стратегии, выявляет такие пробелы в наборе выпускаемых новшеств. Наличие таких ниш объясняется определенной слабостью других предприятий, отсутствием их возможностей или нежеланием заполнить имеющиеся пробелы.

Поглощающие инновационные стратегии (лицензирование) предполагают

использование инновационных разработок, выполненных другими организациями. Инновации настолько разнообразны по степени сложности и новизны, что даже крупные предприятия, имеющие мощные подразделения по инновационным разработкам (службы НИОКР), не могут осуществлять работы по всему спектру эффективных нововведений. Поэтому многие из них инновационную политику проводят не только на основе использования нововведений, полученных собственными силами, но и с учетом возможностей использовать инновации, разработанные другими.

Имитационные инновационные стратегии характерны тем, что предприятия при этом используют выпущенные на рынок новшества (продуктовые, технологические, управленческие) других организаций с некоторыми усовершенствованиями и модернизацией. Эти предприятия обладают высокой культурой производства, организационно-технологическим потенциалом, хорошо знают требования рынка, а порой имеют достаточно сильные рыночные позиции. При этом за основу могут быть приняты инновации, разработанные и освоенные как крупными предприятиями, так и малыми инновационными организациями. Нередко такие предприятия-имитаторы занимают лидирующее положение в своей отрасли и на соответствующих рынках, обойдя первоначального лидера-новатора. При определенных условиях имитационная стратегия становится очень прибыльной. Направлены на максимальное сокращение издержек инновационной деятельности для оптимизации эффективности деятельности.

Внутриорганизационные стратегии инновационного развития выступают как определенный инструмент реализации внешних стратегий и представляют собой процесс совершенствования среды предприятий с целью повышения эффективности различных подсистем организационной деятельности.

Выбор стратегии развития осуществляется на основе анализа ключевых факторов, характеризующих состояние предприятия и состояние портфеля продукции. Из ключевых факторов, прежде всего, исследуются сильные стороны отрасли и сильные стороны предприятия, являющиеся зачастую решающими при выборе стратегии.

Необходимо стремиться к максимальному использованию имеющихся возможностей. При этом важно искать пути развертывания бизнеса в новых отраслях, обладающих потенциальными задатками для роста Молчанова О.П. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов.; М.: Вита-Пресс, 2008. - 272 с..

Существенно влияют на выбор стратегии финансовые возможности предприятия и квалификация работников. Такие шаги, как выход на неисследованные рынки, разработка нового продукта или переход в новую отрасль, требуют значительных финансовых затрат. Поэтому организации, имеющие большие финансовые ресурсы либо обладающие легким доступом к ним, находятся в гораздо лучшем положении для выбора вариантов стратегии. Углубление и расширение квалификационного потенциала работников -- это важнейшее условие, обеспечивающее возможность перехода к новым производствам либо качественному технологическому обновлению существующего.

Большое влияние оказывает степень зависимости от внешней среды. Бывают такие

ситуации, когда предприятие настолько зависит от поставщиков или покупателей, что невольно делать выбор стратегии исходя из возможного более полного использования своего потенциала.

Обязательно должен приниматься во внимание временной фактор. Дело в том, что и возможности, и угрозы для предприятия, и планируемые изменения всегда имеют определенные временные границы. При этом важно учитывать и календарное время, и продолжительность интервалов осуществления конкретных действий по реализации стратегии.

Таким образом, научно обоснованная и спланированная инновационная стратегия выступает самостоятельным фактором развития предприятия. В процессе использования инновационных стратегий главная задача состоит в учете максимального числа факторов внутреннего и внешнего характера, определяющих функционирование предприятий.

Глава 3. Анализ инновационной деятельности предприятия ОАО "Бишкек Сут "

3.1 Общая характеристика предприятия

ОАО "Бишкек Сут" - динамично развивающаяся компания агропромышленного комплекса, крупнейшее молокоперерабатывающее предприятие и лидер молочной отрасли Кыргызской Республики, который обеспечивает молочной продукцией не только внутренний рынок, но и рынки ближнего зарубежья. Можно с уверенностью сказать, что торговая марка "Бишкек Сут" является визитной карточкой нашей страны.

На сегодняшний день ОАО "Бишкек Сут" занимает 16.7% рынка республики по цельномолочной продукции. Для производства продукции используется высококачественное сырье и упаковка от лучших поставщиков. Производство продукции осуществляется на современном оборудовании последнего поколения. Сейчас ОАО "Бишкек Сут" - один из крупнейших и наиболее известных в Республике производителей натуральной молочной продукции. Производственные мощности позволяют перерабатывать более 2500 тонн молока в сутки.

На предприятии производится более 200 наименований натуральной молочной продукции по уникальным технологиям, которая способна удовлетворить самый изысканный вкус. Предприятие зарекомендовало себя надежным и солидным партнером на внутреннем рынке страны и на внешних рынках сбыта.

Предприятие представляет собой обособленный автономный хозяйственный комплекс, находящийся на отдельной промышленной площадке. ОАО "Бишкек Сут" занимает территорию площадью 11,4431 га. Основное производство сосредоточено в главном производственном корпусе площадью 18 047 м², вспомогательный корпус имеет площадь 2 550.8 м². На территории промышленной площадки имеется

развитая дорожная сеть, связанная с дорогами общего пользования. Здания и территория предприятия полностью обеспечены всей необходимой инфраструктурой.

Производственная структура ОАО "Бишкек Сут" включает в себя: основное производство (приемно-аппаратный цех, цех розлива и тары, цех по производству творожных изделий, цех десертов, цех по выработке сухих молочных продуктов и масла).

Управление предприятием ОАО "Бишкек Сут" осуществляется в соответствии с действующим законодательством и Уставом Общества на основе сочетания прав и интересов трудового коллектива и собственника имущества.

Органами управления организацией являются: общее собрание акционеров, наблюдательный совет и генеральный директор.

Главная цель - обеспечение высочайшего качества, стопроцентной натуральности и полезности производимой продукции, удовлетворяющей требованиям потребителя.

Экономическая политика ОАО "Бишкек Сут" - непрерывно развивать средства производства на основе лучших достижений науки и техники, совершенствовать технологические процессы, удерживать завоеванные рынки сбыта на основе взаимовыгодного партнерства с постоянными потребителями, осваивать новые виды продукции и повышать культуру производства с целью обеспечения безопасности продукции.

Сочетание качественного сырья, натуральных компонентов, оригинальных рецептов, новейших технологий, строжайшего контроля качества на протяжении всей технологической цепочки, высококвалифицированного и ответственного персонала - залог успеха компании во всех ее начинаниях.

Анализ экономического состояния предприятия проведем на основе оценки экономических показателей работы предприятия за 2013-2014 года, представленных в таблице 3.1.

Таблица 3.1.

Экономические показатели оценки работы предприятия Примечание - Источник: собственная разработка

Показатель

Единица измерения

2013 год

2014 год

Объем производства в действующих ценах

млн. сом.

291864

400165

Объем производства в сопоставимых ценах

млн.сом.

424450

452040

Выручка от реализации

млн.сом.

350254

445295

Налоги, сборы и иные обязательные платежи

млн.сом.

30719

33438

Выручка от реализации (без НДС и иных обязательных платежей)

млн.сом.

319535

411857

Себестоимость продукции

млн.сом.

294975

393573

-управленческие расходы -расходы на реализацию

млн.сом.

54709

40745

Валовая прибыль

млн.сом.

79884

113231

Чистая прибыль

млн.сом.

16989

7549

Прибыль от реализации

млн.сом.

24560

18284

Рентабельность продаж

%

7,6

4,5

Рентабельность продукции

%

8,3

4,65

Численность работников

чел.

1513

1579

Объем производства промышленной продукции в сопоставимых ценах за 2013 год составил 452 млн.сом. или 106,5 % к уровню 2014 года при доведенном задании по наращиванию объемов производства 116%. Объем производства за 2013 год составил 424, 450 млн.сом. или 102,7 % к уровню 2012 года...