

Проблемы и перспективы развития инновационной деятельности предприятия

Содержание

Введение

Глава I. Инновационная деятельность

1.1 Сущность и понятие инновационного менеджмента

1.2 Основные направления инновационного развития предприятия

Глава II. Перспективы и проблемы развития инновационной деятельности предприятия

2.1 Стратегический подход - основа инновационного менеджмента

2.2 Проблемы в инновационной деятельности предприятий. Экономическая эффективность инноваций

Заключение

Список использованной литературы

Введение

Одним из важнейших стратегических приоритетов социально-экономического развития России является формирование национальной инновационной системы. Как и в большинстве развитых стран, в нашей стране идет активный поиск эффективного подхода, который бы опирался на всесторонний анализ и понимание глобальных инновационных процессов, особенностей развития высокотехнологичных мировых рынков, характера конкуренции на них. Формирование национальной инновационной системы России должно происходить с учетом реального состояния экономики и инновационной сферы в нашей стране, ее сильных и слабых сторон, выбранных ориентиров. Не является секретом тот факт, что состояние инновационной сферы Российской Федерации в настоящее время не соответствует инновационному потенциалу нашей страны, что, в свою очередь, подчеркивает необходимость поиска более эффективного подхода к государственному управлению инновационной сферой. инновация стратегический экономический

В течение последнего десятилетия предпринято немало попыток усовершенствовать организационную и нормативную базу разработки и реализации государственной инновационной политики; при этом важной составляющей государственной инновационной политики являются инициативы по развитию инновационной инфраструктуры.

Инновационная деятельность по своей сущности является опосредующим звеном

между собственно научной и производственной сферами и предполагает интеграцию научной деятельности и материального производства, реализацию технико-экономических потребностей государства посредством использования научной продукции. В условиях рыночной экономики инновационная деятельность опосредуется коммерческой целесообразностью: промышленные предприятия используют инновационные продукты только в том случае, когда возникает возможность снизить с их помощью издержки производства и обеспечить в перспективе наибольшую конечную прибыль. Кроме того, выживаемость предприятий в странах, вступивших в постиндустриальную фазу развития, часто зависит не от их способности изготовить тот или иной товар или услугу, а от обнаружения новой общественной потребности и предложения обществу собственного продукта (услуги), способного его удовлетворить.

Рост инновационной составляющей в экономике напрямую связан сегодня с процессами создания различного рода интеллектуальных продуктов (далее - ИП), являющихся основой для производства наукоемкой продукции. Именно ИП создают основу для создания новых технологий и выпуска наукоемкой, конкурентоспособной продукции, которые и представляют собой объекты инноваций.

Все вышесказанное доказывает актуальность данной темы.

Цель данной работы - изучение проблем и перспектив развития инновационной деятельности предприятия.

Данная цель предполагает решение следующих задач:

- раскрыть сущность и понятие инновационного менеджмента;
- изучить основные направления и проблемы инновационного развития предприятия;
- рассмотреть стратегический подход как основу инновационного менеджмента;
- проанализировать проблемы в инновационной деятельности предприятий и экономическую эффективность инноваций.

Глава I. Инновационная деятельность

1.1 Сущность и понятие инновационного менеджмента

По мнению А.Г.Медынского инновации связывают различные по характеру и способам управления области хозяйственной деятельности: науку, производство, инвестиции, реализацию продукции [6,с.31].

Инновационный менеджмент - одно из направлений процесса управления, ориентированное на получение новых положительных качеств различного свойства (продуктового, технологического, информационного, организационного, собственно управленческого и др.) в результате разработки и реализации нестандартных управленческих решений [7,с.31].

Главной задачей инновационного менеджмента является управление процессами разработки и внедрения инноваций на любом уровне посредством их качественного и количественного изменения в результате применения адекватных методов организации и управления, обеспечивающих единство науки, техники, производства

и потребления, т.е. удовлетворение общественных потребностей в инновационном продукте.

Кроме этого, одной из важнейших задач инновационного менеджмента является формирование среды, которая бы воспроизводила и осуществляла целенаправленный поиск, подготовку и реализацию нововведений, обеспечивающих конкурентоспособность организации.

К основным элементам инновационной среды относят:

- инновации, т.е. совокупность научных и научно-технических результатов или продукт интеллектуального труда;
- товаропроизводителей конкурентоспособной продукции, которые выступают в качестве потребителя тех или иных новшеств;
- инвесторов, обеспечивающих на свой страх и риск финансирование всего комплекса работ по созданию требуемых новшеств;
- инновационную инфраструктуру, т.е. всю ту совокупность самых разных организаций и учреждений, без наличия которых инновационный процесс развивался бы менее эффективно, например бизнес-инкубаторы, технопарки, юридические и консалтинговые компании и т.п.
- во-первых, это процесс поступательного развития науки и техники на основе объективных экономических законов, обусловленный необходимостью постоянного совершенствования производства в результате повышения уровня общественных потребностей. Он предполагает обновление производственной базы путем создания, распространения и практического использования новых научных знаний в хозяйственной практике, направленное на решение проблем комплексного социально-экономического развития общества;
- во-вторых, это использование комплекса элементов, составляющих инновационный потенциал производства.

Инновационная деятельность -- это сложная динамическая система действия и взаимодействия различных методов, факторов и органов управления, занимающихся научными исследованиями, созданием новых видов продукции, совершенствованием оборудования и предметов труда, технологических процессов и форм организации производства на основе новейших достижений науки, техники; планированием, финансированием и координацией НТП; совершенствованием экономических рычагов и стимулов; разработкой системы мер по регулированию комплекса взаимообусловленных мероприятий, направленных на ускорение интенсивного развития НТП и повышение его социально-экономической эффективности.

Под инновационной деятельностью в процессах разработки, освоения и реализации научно-технических нововведений понимаются виды деятельности, непосредственно связанные с получением, воспроизводством новых научных, научно-технических знаний и их реализацией в материальной сфере экономики. В большей мере инновационная деятельность связывается с доведением научных, технических идей, разработок до конкретной продукции и технологии, пользующейся спросом на рынке.

Необходимым условием совершенствования экономического механизма управления

инновационной деятельностью в условиях формирования рыночной экономики является развитие инновационного менеджмента.

Впервые термин «инновация» появился в научных исследованиях культурологов еще в XIX в. и буквально означал введение некоторых элементов одной культуры в другую.

Новшества в экономике внедряются, как правило, не после того как у потребителя стихийно возникнут новые потребности и произойдет переориентация производства, а тогда, когда само производство приучит потребителя к новым потребностям.

Производить - значит комбинировать имеющиеся в распоряжении организации ресурсы, а производить нечто новое - значит создавать новые комбинации изменений в развитии производства и рынка.

Й. Шумпетер выделил пять типичных изменений:

- изменения вследствие использования новой техники, новых технологических процессов и нового рыночного обеспечения производства;
- изменения вследствие использования продукции с новыми свойствами;
- изменения вследствие использования нового сырья;
- изменения в организации производства и способов его материально-технического обеспечения;
- изменения вследствие появления новых рынков сбыта.

И.Н. Шапкин [7,с.571]отмечает, что в 30-х гг. прошлого века Й. Шумпетер впервые предложил понятие «инновация», подразумевая под этим изменения с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных средств, рынков и форм организации в промышленности. При этом Й. Шумпетер основную роль движущей силы экономического развития общества отводил не характеру борьбы между капиталом и пролетариатом, на что указывал в своих трудах Карл Маркс, а именно внедрению новшеств в хозяйство государства. Таким образом, именно Йозефа Шумпетера можно считать «отцом» понятия «инновация», которую он трактовал как эффективное средство преодоления экономических кризисов.

Таким образом, инновация (нововведение) рассматривается с нескольких сторон. Во-первых, как некоторый законченный общий процесс получения, освоения, приспособления к новшеству (адаптации к нему), трансформации и выгодного использования новшества; во-вторых, как часть процесса, ограниченная рамками фирмы-создателя, рамками организаций, взявших на себя функции передачи новшества, обучения новому, рамками потребителя, который осуществляет свои операции трансформации и выгодного использования новшества. В-третьих, инновация рассматривается как ряд результатов процесса получения и использования новации.

Проще говоря, новация (новшество) является, прежде всего, новой, оригинальной идеей. А инновация становится результатом практического освоения этой идеи - ее внедрения и дальнейшего использования.

С точки зрения влияния на достижение экономических целей организации

материально-технические инновации включают продуктовые инновации и технологические инновации. Продуктовые инновации позволяют обеспечивать рост прибыли как за счет повышения цены на новые продукты или модификацию прежних (на краткосрочную перспективу), так и за счет увеличения объема продаж (на долгосрочную перспективу). Технологические же инновации позволяют улучшить экономические показатели за счет совершенствования подготовки исходных материалов и параметров процесса, что в конечном итоге приводит к снижению издержек производства, а также к повышению качества продукции; увеличения объема продаж вследствие производительного использования имеющихся производственных мощностей; возможности освоения в производстве перспективных с коммерческой точки зрения новых продуктов, которые невозможно было получить в силу несовершенства производственного цикла старой технологии. Технологические нововведения появляются либо в результате единого инновационного процесса, т.е. тесной взаимосвязи НИОКР по созданию изделия и технологии его изготовления, либо как продукт самостоятельных специальных технологических исследований. В первом случае инновации зависят от конструктивных и технических особенностей нового изделия и последующих его модификаций. Во втором случае объектом инновации служит не конкретное новое изделие, а базовая технология, которая в процессе технологических исследований подвергается преобразованиям.

1.2 Основные направления инновационного развития предприятия

К основным направлениям инновационного развития организации в современной экономике В.Я.Горфинкель и Б.Н.Чернышев относят:

- комплексную механизацию и автоматизацию;
- химизацию;
- электрификацию;
- электронизацию производства;
- внедрение новых материалов;
- освоение новых технологий [3,с.39]. (Рис.1.1).

Рис.1.1 Направления инновационного развития организации

Рассмотрим кратко эти понятия.

1. Комплексная механизация и автоматизация производства - широкое внедрение взаимосвязанных и взаимозависимых машин, аппаратов, приборов, оборудования на всех участках производства, операциях и видах работ. Она способствует интенсификации производства, росту производительности труда, сокращению доли ручного труда в производстве, облегчению и улучшению условий труда, снижению трудоемкости продукции. Таким образом, механизация вытесняет ручной труд и заменяет его машинами в основных и вспомогательных технологических операциях. Автоматизация производства означает применение технических средств в целях полной или частичной замены участия человека в процессах получения, преобразования, передачи и использования энергии, материалов или информации.
- 2.Химизация производства - совершенствование производственных процессов в результате внедрения химических технологий, сырья, материалов, изделий в целях

интенсификации, получения новых видов продукции и повышения их качества. Это снижает издержки производства и повышает эффективность деятельности организации на рынке. Пример - лаки и покрытия «нового поколения», химические добавки, синтетические волокна, легкие и прочные пластмассы.

3.Электрификация производства - широкое внедрение электроэнергии как источника питания производственного силового аппарата. На основе электрификации осуществляют комплексную механизацию и автоматизацию производства, внедряют прогрессивную технологию. Электрофизические и электрохимические способы обработки дают возможность получить изделия сложных геометрических форм. Лазеры широко применяют для резки и сварки металлов, термообработки.

4.Электронизация производства - обеспечение всех подразделений организации высокоэффективными средствами электроники - от персональных компьютеров до спутниковой системы связи и информации.

5.Создание и внедрение новых материалов, обладающих качественно новыми эффективными свойствами (жаропрочностью, сверхпроводимостью, коррозионной и радиационной стойкостью и т.п.), позволяет повышать конкурентоспособность производимой продукции. Это, в свою очередь, положительно отразится на показателях прибыли организации.

6.Освоение новых технологий решает многие производственные и социально-экономические проблемы.

Отечественные предприятия в условиях спада производства в период экономических реформ столкнулись с серьезной проблемой в области инновационного развития. Основные сложности были вызваны отказом финансирования НИОКР со стороны государства, что привело к временному замораживанию этого вида деятельности организации. Однако сегодня многие российские предприятия начали адаптироваться к рыночным условиям, и наметился некоторый подъем отечественной промышленности. Переход предприятий на самофинансирование, привлечение отечественных и иностранных инвесторов побудило к инновационной деятельности предприятий. Кроме того, руководители промышленных предприятий осознали, что стратегическое планирование в области инноваций является основополагающим элементом повышения эффективности деятельности фирмы в рыночных условиях хозяйствования. В связи с этим часть внутренних инвестиций стали направлять на инновационное развитие предприятия.

Инновации, тем не менее, требуют не только значительных инвестиций, но и эффективного управления в целях получения положительного результата от их применения.

Глава II. Перспективы и проблемы развития инновационной деятельности предприятия

2.1 Стратегический подход - основа инновационного менеджмента

Современным инструментом менеджмента организации в условиях нарастающих изменений во внешней среде выступает методология стратегического управления. Стратегия организации - это генеральный план действий, определяющий

приоритеты стратегических задач, распределения ресурсов и последовательность в достижении целей в течение продолжительного периода времени [1, с.205].

Как отмечает В.М. Кожухар, под инновационной стратегией предприятия (фирмы) понимают установки, сформулированные в расчете на долговременное использование, исходя из его инновационной политики, и определяющие характер поведения персонала в инновационной сфере [4, с.201].

Необходимость в принятии стратегических решений и, следовательно, осуществления стратегического управления возникает тогда, когда традиционные методы не позволяют достичь поставленных целей.

В.Я. Горфинкель и Б.Н.Чернышев отмечают, что для стратегического управления необходимы следующие действия:

1. осознание необходимости в коренных изменениях;
2. разработка перечня основных направлений изменений (с последующим их дополнением в ходе получения информации);
3. оценка вариантов решений с точки зрения достижения поставленных целей;
4. выбор наиболее экономически, технологически и социально значимого варианта [3, с.358].

В наиболее общем виде выделяют основные (базовые) типы инновационных стратегий:

- наступательная - характерна для предприятий, основывающих свою деятельность на принципах предпринимательской конкуренции. Она свойственна малым инновационным фирмам;
- оборонительная - направлена на то, чтобы удержать конкурентные позиции предприятия на уже имеющихся рынках. Главная функция такой стратегии - активизировать соотношение «затраты - результат» в инновационном процессе. Такая стратегия требует интенсивных НИОКР;
- имитационная - используется предприятиями, имеющими сильные рыночные и технологические позиции. Применяется предприятиями, не являющимися пионерами в выпуске на рынки тех или иных инноваций.

Более детализированные классификации инновационных стратегий предприятий, представлены на рис.2.1

Рис.2.1 Схема инновационных стратегий предприятия

Лицензионная стратегия используется, когда предприятие основывает свою деятельность в области НИОКР на приобретение исследовательских лицензий на результаты исследований и разработок научно-технических или других организаций. В итоге предприятие получает собственные результаты в гораздо более короткие сроки и зачастую с меньшими затратами.

Стратегия параллельной разработки предполагает приобретение технологической лицензии на готовый продукт либо процесс с целью их форсированного опытного освоения, проведения собственных разработок и дальнейшего внедрения технологии уже по результатам этих разработок.

Стратегия исследовательского лидерства нацелена на достижение долговременного нахождения предприятия на передовых позициях в области НИОКР в определенных

направлениях

Стратегия опережающей наукоемкости. Предприятие, использующее данную стратегию, стремится иметь наукоемкость продукции выше среднего уровня по отрасли (подотрасли). Эта стратегия может быть применена в условиях острой конкурентной борьбы на рынке, когда имеет значение время выхода нового продукта на рынок, в периоды, когда важно опередить другие предприятия в снижении цен и издержек.

Стратегия следования жизненному циклу. В данном случае НИОКР жестко привязаны к циклам жизни продуктов и процессов. Применение такой стратегии позволит постоянно иметь заделы результатов НИОКР, предназначенные для замещения выбывающих продуктов и процессов.

Что касается стратегий внедрения и адаптации нововведений, то авторы выделяют следующие.

Стратегия поддержки продуктового ряда относится к числу наиболее простых. Ее смысл заключается в стремлении предприятия улучшать потребительские свойства выпускаемых традиционных товаров, которые не подвержены сильному моральному старению.

Несмотря на разнообразие инновационных стратегий, используемых предприятиями, поведение последних предопределяется масштабами рынка, с которым оно неразрывно связано и на который ориентируется, а также отношением предприятия к рынку. Это предопределенность содержательно выражена на рис. 2.2. Рис.2.2 Концептуальная классификация стратегического поведения предприятий: I - ось ориентации предприятия на рынок; II - ось отношения предприятия к рынку; 1 - виолентный тип поведения; 2 - эксплерентное поведение; 3 - коммутантное поведение; 4 - пациентное поведение

Особенности отраженных на рис. 3 типов стратегического рыночного поведения Кожухар В.М. приводит в таблице 1.

Таблица 1

Характеристика типов стратегического рыночного поведения предприятий

Тип поведения
(стратегия)

Характеристика типа поведения

Условный девиз
типа

Виолентное (силовая)

Характерно для предприятий крупного стандартного производства массовой продукции приемлемого среднего качества используются преимущества, создаваемые широкомасштабными научными исследованиями.

Дешево, но прилично

Эксплерентное (пионерная)

Связано с созданием новых или радикально преобразованных старых сегментов рынка; играет важнейшую роль в создании наиболее значительных достижений НТП, опережении других во внедрении принципиальных нововведений

Лучше и дешевле, если получится

Коммутантное (приспособительная, соединяющая)

Характерно для местного неспециализированного предприятия; лучше приспособлено к удовлетворению небольших, зачастую кратковременных нужд конкретного клиента, отрасли экономики

Вы доплачиваете за то, что мы решаем ваши проблемы

Пациентное (нишевая)

Узкая специализация для ограниченного круга (дорогих) потребителей;
удовлетворение специфических растущих или сформированных под действием
моды, рекламы и т.д. запросов покупателей

Дорого, зато хорошо

2.2 Проблемы в инновационной деятельности предприятий. Экономическая эффективность инноваций

Реалии российской экономики таковы, что у многих российских предприятий отсутствует интерес к инновационному развитию как таковому. И причина кроется в том, что в условиях России инновации реально не являются инструментом в конкурентной борьбе.

Российским предприятиям нет необходимости внедрять новые технологии для привлечения потребителей. Конкурентные преимущества в нашей стране создаются другими факторами, а не инновациями. Это наглядно демонстрирует тот факт, что при крайне малых затратах на НИОКР, низком технологическом уровне и невысокой производительности труда российские предприятия имеют высокую рентабельность.

Доля предприятий, абсолютно пассивных в области инноваций, т. е. не имеющих ни новых продуктов, ни новых технологий, ни расходов на НИОКР, в среднем составляет 44%. Доля предприятий, разрабатывающих и внедряющих новый продукт, значительно меньше доли предприятий, которые не имеют собственных разработок, а адаптируют и применяют уже известные технологии и продукты (19 и 27% соответственно). Очень мало предприятий, ориентирующих новые оригинальные продукты и технологии на уровень мирового рынка, - только 3% [8].

Сайфуллина С.Ф. выделяет следующие основные проблемы, препятствующие активному инновационному развитию российских предприятий:

1. Отсутствие полноценного нормативно-правового обеспечения инновационно-промышленной деятельности.
2. Недостаточность финансирования инновационной деятельности предприятиями в связи с высокой стоимостью внедрения и освоения нововведений, а также

долгосрочностью вложений.

3. Отсутствие у российских предприятий современной базы для внедрения разработок по причине износа или отсутствия необходимого оборудования.
4. Трудности в проведении маркетинговых исследований инновационных продуктов.
5. Феномен сопротивления инновациям (человеческий фактор, недоверие инвесторов).
6. Отсутствие кадров, способных эффективно руководить инновационным процессом.
7. Необходимость наличия на предприятии соответствующей организационной структуры управления[8].

При выборе направления инновационного развития предприятий следует исходить из имеющихся технико-экономических возможностей, отраслевой принадлежности и прочих факторов. Оценка инновационной деятельности позволит предприятиям объективно оценивать свои внутренние возможности, чтобы успешно заниматься инновационной деятельностью, и тем самым способствовать повышению эффективности функционирования предприятий, повышению конкурентоспособности.

Инновационное развитие предприятия необходимо проектировать, как и любую систему. Важно не только определить задачи, стоящие перед предприятием, но и создать систему, обеспечивающую переход предприятия в это состояние, определить необходимые ресурсы, разработать бизнес-процессы инновационной деятельности. Несмотря на наметившиеся позитивные тенденции, инновационная активность на российских предприятиях крайне низка. Выходу из подобной ситуации может способствовать активизация инновационной деятельности на микроуровне, что требует разработки и реализации мер по активизации инновационной активности, применения стратегического управления инновациями в промышленности на уровне конкретного предприятия.

По мнению Кожухара В.М. [4,с.323], экономическая эффективность инновации означает, что результат, получаемый вследствие вложения инвестиций и всех других ресурсов (денежных, материальных, информационных, рабочей силы) в новый продукт или операцию (технология), обладает определенным полезным эффектом (выгодой), который в стоимостном исчислении превышает затраты.

Эффективное осуществление предпринимательской деятельности в современных условиях невозможно без специальных методов анализа и управления рисками.

Какие же факторы относят к внутренним? Это следующие факторы:

- стратегия организации;
- управление фирмой и принятие управленческих решений;
- организация процессов производства и обращения;
- наличие финансовых средств.

Инновационная деятельность неизбежно связана с риском. Его обобщающим показателем выступает финансовый риск предпринимателя и инвесторов, который характеризует возможные потери в случае неудачного, независимо от причины, завершения финансируемого проекта. Риск в инновационной деятельности

увеличивается с локализацией инновационного проекта. Если таких проектов много и они рассредоточены по разным направлениям, то риск минимизируется.

На любом уровне управления предпринимательской организацией будут существовать как внутренние, так и внешние факторы риска. Поэтому выявление и идентификация факторов риска относятся к наиболее важным задачам процесса управления предпринимательскими рисками.

Управление рисками должно быть интегрировано в общеорганизационный процесс, должно иметь свою стратегию, тактику, оперативную реализацию. Важно не только осуществлять управление рисками, но и периодически пересматривать мероприятия и средства такого управления.

Главный риск - это неопределенность, связанная с принятием решений, реализация которых происходит только с течением времени. Поэтому при разработке инновационных проектов учитывается вероятностный характер ожидаемого результата.

Основные риски, связанные с инновационными проектами, можно подразделить на следующие виды:

- экономический, связанный с финансированием и калькуляцией проекта, принятием и реализацией экономических решений;
- оригинальности, обусловленный возможностью невостребованности предлагаемых технологий и продуктов производством и рынком;
- технологической неадекватности, возникающий из-за принципиальной разницы между технологией как продуктом интеллектуальной деятельности и технологией как объектом инвестирования;
- финансового несоответствия, когда выделяемые средства на реализацию инновационного проекта не соответствуют его содержанию;
- неуправляемости проектом, возникающий из-за недостаточной проработанности проекта, непрофессионализма управленческой команды;
- юридический, связанный с соблюдением нормативных актов о защите интеллектуальной собственности, обязательств при исполнении договоров, определением прав на разработки.

Как считает Л.Н. Оголева, в основе оценки эффективности проекта лежит сравнительный анализ объема предлагаемых инвестиций и будущих денежных поступлений [2,с.229].

Наиболее важной проблемой при определении экономической эффективности новой техники и технологии, является проблема сравнения доходов и затрат и приведения их в сопоставимый вид. Причинами проведения процесса дисконтирования (т.е. приведения в сопоставимый вид) могут являться инфляция, нежелательная динамика инвестиций, падение промышленного производства, различные горизонты прогнозирования, изменения в налоговой системе и т.д.

Методы оценки эффективности проекта подразделяются на две группы, основанные на дисконтированных и учетных оценках.

Так, методами оценки эффективности проекта, основанными на учетных оценках (без дисконтирования), являются период окупаемости (pay back period, PP),

коэффициент эффективности инвестиций (average rate of return, ARR) и коэффициент покрытия долга (debt cover ratio, DCR [2,с.230].

Методы оценки эффективности проекта, основанные на дисконтированных оценках, значительно более точны, так как учитывают различные виды инфляции, изменения процентной ставки, нормы доходности и т.д. К этим показателям относят метод индекса рентабельности (profitability index, PI), чистую стоимость, иначе называемую “чистый дисконтированный доход” (net present value, NPV), и внутреннюю норму доходности (internal rate of return, IRR). Все названные методы оценки проекта схематично показаны на рис.2.3.

Рис.2.3. Методы оценки эффективности инновационного проекта

Традиционные методы оценки проекта широко применяются в финансовой практике.

Метод окупаемости капиталовложений является весьма распространенным, но его существенный недостаток - игнорирование будущей стоимости денег с учетом дохода будущего периода и вследствие этого неприменимость дисконтирования. В условиях инфляции, резких колебаний ставки процента и низкой нормы внутренних накоплений предприятия в реальной российской экономике этот метод недостаточно точен.

Тем не менее, следует обратить внимание на методику расчета коэффициента эффективности инвестиций, понимаемого как средний показатель прибыльности за весь период осуществления проекта. Этот коэффициент рассчитывается делением среднегодовой прибыли на среднегодовую величину инвестиций. Конечно, данный показатель сравнивается с коэффициентом рентабельности авансированного капитала (итога среднего баланса-нетто).

Однако все три традиционных показателя, основанных на учетной оценке, не учитывают временной составляющей денежных потоков. Они не стыкуются с факторным анализом и динамикой денежных потоков в экономической реальности. Поэтому наиболее полно можно оценить проект, применяя методы, основанные на дисконтированных оценках.

Метод индекса доходности (PI) ориентирован на анализ отношения суммы приведенных эффектов к величине приведенных капитальных вложений.

Если индекс доходности больше единицы, то проект рентабелен, а если он меньше единицы, то проект неэффективен.

Метод чистой текущей стоимости (netpresent value, NPV). Величина NPV является чистым дисконтированным доходом и определяется как сумма текущих эффектов за весь расчетный период.

Метод внутренней нормы доходности (internal rate of return, IRR) выявляет ту норму дисконта r , при которой величина приведенных эффектов равна величине приведенных капитальных вложений. Проект эффективен, если IRR равна или больше требуемой инвестором нормы дохода на капитал.

Надо заметить, что расчеты по IRR и NPV могут приводить к противоречивым результатам. Это объясняется либо ошибкой в выборе требуемой нормы дисконта r , либо разночтением требований инвестора и проектного менеджера к норме дохода.

В любом случае следует отдать предпочтение NPV.

Заключение

Таким образом, резюмируя вышеизложенное, мы можем сделать следующие выводы. Инновационный менеджмент - одно из направлений процесса управления, ориентированное на получение новых положительных качеств различного свойства (продуктового, технологического, информационного, организационного, собственно управленческого и др.) в результате разработки и реализации нестандартных управленческих решений.

Главной задачей инновационного менеджмента является управление процессами разработки и внедрения инноваций на любом уровне посредством их качественного и количественного изменения в результате применения адекватных методов организации и управления, обеспечивающих единство науки, техники, производства и потребления, т.е. удовлетворение общественных потребностей в инновационном продукте.

К основным направлениям инновационного развития организации в современной экономике относят:

- комплексную механизацию и автоматизацию;
- химизацию;
- электрификацию;
- электронизацию производства;
- внедрение новых материалов;
- освоение новых технологий.

Современным инструментом менеджмента организации в условиях нарастающих изменений во внешней среде выступает методология стратегического управления. Стратегия организации - это генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, распределения ресурсов и последовательность в достижении целей в течение продолжительного периода времени.

Под инновационной стратегией предприятия (фирмы) понимают установки, сформулированные в расчете на долговременное использование, исходя из его инновационной политики, и определяющие характер поведения персонала в инновационной сфере.

Сайфуллина С.Ф. выделяет следующие основные проблемы, препятствующие активному инновационному развитию российских предприятий:

Отсутствие полноценного нормативно-правового обеспечения инновационно-промышленной деятельности.

1. Недостаточность финансирования инновационной деятельности предприятиями в связи с высокой стоимостью внедрения и освоения нововведений, а также долгосрочностью вложений.
2. Отсутствие у российских предприятий современной базы для внедрения разработок по причине износа или отсутствия необходимого оборудования.
3. Трудности в проведении маркетинговых исследований инновационных продуктов.
4. Феномен сопротивления инновациям (человеческий фактор, недоверие инвесторов).

5. Отсутствие кадров, способных эффективно руководить инновационным процессом.

6. Необходимость наличия на предприятии соответствующей организационной структуры управления.

При выборе направления инновационного развития предприятий следует исходить из имеющихся технико-экономических возможностей, отраслевой принадлежности и прочих факторов.

В основе оценки эффективности проекта лежит сравнительный анализ объема предлагаемых инвестиций и будущих денежных поступлений.

Наиболее важной проблемой при определении экономической эффективности новой техники и технологии, является проблема сравнения доходов и затрат и приведения их в сопоставимый вид. Причинами проведения процесса дисконтирования (т.е. приведения в сопоставимый вид) могут являться инфляция, нежелательная динамика инвестиций, падение промышленного производства, различные горизонты прогнозирования, изменения в налоговой системе и т.д.

Методы оценки эффективности проекта подразделяются на две группы, основанные на дисконтированных и учетных оценках.

Нам надо думать о своем развитии, о своих насущных проблемах, а не копировать то, что делается на западе.

Список использованной литературы

1. Бовин А.А. и др. Управление инновациями в организациях: учебное пособие /А.А.Бовин, Л.Е.Чередникова, В.Я.Якимович.- М.: Омега-Л, 2009.- 415с.
- 2.Инновационный менеджмент / под ред. Л.Н. Оголевой.- М. : ИНФРА-М, 2009.- 238с.
3. Инновационный менеджмент: учебник /под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. Б.Н.Чернышева.- М.: Вузовский учебник, 2008.- 464с.
- 4.Кожухар В.М. Инновационный менеджмент: учебное пособие / В.М. Кожухар.- М. : Дашков и К., 2014.- 292с.
- 5.Круглова Н.Ю. Инновационный менеджмент / Н.Ю.Круглова; под науч. ред. Д.С.Львова.- М: Ступень, 2010.- 505с.
- 6.Медынский В.Г. Инновационный менеджмент: учебник / В.Г.Медынский - М.: ИНФРА-М, 2010.- 295с.
- 7.Менеджмент: учебник для бакалавров /под общ. ред. И.Н.Шапкина.- М. : Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2013.- 690с.
8. О проблемах инновационного развития российских предприятий //Электронная версия. Режим доступа: http://arbir.ru/articles/a_4173.htm
- 9.Сурин А.В., Молчанова О.П. Инновационный менеджмент: Учебник /А.В.Сурин, О.П. Молчанова - М.: ИНФРА-М, 2008. - 368 с. - (Учебники МГУ им. М.В. Ломоносова).
- 10.Трофимов С.В. Правовое обеспечение инновационного развития промышленного производства. Иркутск: БГУЭП, 2010. 202 с....