ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ЛИПЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ИНФОРМАЦИОННЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ

РЕФЕРАТ

По учебной дисциплине «Экономика предприятия»

На тему: «Инновационная деятельность предприятия»

Выполнила:

Студентка гр. ГМУ 031

А.С. Шитина

Приняла:

проф. М.И. Самодурова

Липецк, 2007 г.

**Содержание**

Введение

1. Общие положения

2. Инновации как объект деятельности предприятия

3. Жизненный цикл инноваций

4. Управление, планирование и организация инновационной деятельности

5. Оценка эффективности инновационного проекта

6. Методы оценки эффективности проекта

Заключение

Список литературы

**Введение**

Инновационная деятельность предполагает целый комплекс научных, технических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий.

Инновационная деятельность предприятия есть система меро­приятий по использованию научного, научно-технического и интел­лектуального потенциала с целью получения нового или улучшенного продукта либо услуги, нового способа их производства для удовле­творения как индивидуального спроса, так и потребностей общества в новшествах в целом.

Целесообразность выбора способа и варианта технико - техноло­гического обновления зависит от конкретной ситуации, характера нововведения, его соответствия профилю, ресурсному и научно-техническому потенциалу предприятия, требованиям рынка, стадиям жизненного цикла техники и технологии, особенностям отраслевой принадлежности.

Жизнециклическая концепция инноваций играет очень важную роль в определении как максимального объема выпуска, объема продаж и прибыли, так и продолжительности цикла жизни конкретного новшества.

Для анализа инновационной деятельности предприятия необхо­дим анализ-прогноз будущих факторов успеха в условиях неопреде­ленности и обоснование затрат будущего периода. В отличие от де­терминированных экономических процессов текущего производства процессы внедрения новой техники и технологии с их последующей коммерциализацией имеют стохастический характер. Поэтому анализ влияний на прибыль следует строить на основе методов прогнози­рования, методов экспертных оценок, множественного регрессион­ного анализа, а также ситуационного и имитационного моделирова­ния.

Принципиальные отличия инновационной деятельности пред­приятия от текущего производства заключаются в том, что оценка текущего состояния предприятия, в том числе и техники и техно­логии, строится на выявлении условий успеха на основании прошлого опыта и сложившихся тенденций.

**1. Общие положения**

Инновационная деятельность предприятия по разработке, внед­рению, освоению и коммерциализации новшеств включает:

• проведение научно-исследовательских и конструкторских работ по разработке идеи новшества, проведению лабораторных ис­следований, изготовлению лабораторных образцов новой про­дукции, видов новой техники, новых конструкций и изделий;

• подбор необходимых видов сырья и материалов для изготовле­ния новых видов продукции;

• разработку технологического процесса изготовления новой продукции;

• проектирование, изготовление, испытание и освоение образцов новой техники, необходимой для изготовления продукции;

• разработку и внедрение новых организационно-управленческих решений, направленных на реализацию новшеств;

• исследование, разработку или приобретение необходимых информационных ресурсов и информационного обеспечения ин­новаций;

• подготовку обучение, переквалификацию и специальные мето­ды подбора персонала, необходимого для проведения НИИОКР;

• проведение работ или приобретение необходимой документа­ции по лицензированию, патентованию, приобретению ноу-хау;

• организацию и проведение маркетинговых исследований н продвижению инноваций и т.д.

Совокупность управленческих, технологических и экономических методов, обеспечивающих разработку, создание и внедрение нововведений, представляет собой инновационную политику предпри­ятия. Ее цель - предоставить предприятию существенные преиму­щества по сравнению с фирмами-конкурентами и в конечном итого увеличить рентабельность производства и сбыта.

Мотивами инновационной деятельности выступают как внешние, так и внутренние факторы. Внешними мотивами наиболее часто служат:

• необходимость приспособлении предприятия к новым условиям хозяйствования;

• изменения в налоговой, кредитно-денежной и финансовой по­литике;

• совершенствование и динамика рынков сбыта и потребительских предпочтений, то есть давление спроса;

• активизация конкурентов;

• конъюнктурные колебания;

• структурные отраслевые изменения;

• появление новых дешевых ресурсов, расширение рынка факторов производства, то есть давление предложения, и т.д.

Внутренними мотивами инновационной деятельности предпри­ятия являются:

• стремление увеличить объем продаж;

• расширение доли рынка, переход на новые рынки;

• улучшение конкурентоспособности фирмы;

• экономическая безопасность и финансовая устойчивость предприятия;

• максимизация прибыли в долгосрочном периоде.

Для развития инновационной деятельности предприятия важное значение имеют количественные и качественные показатели:

• материально-технические, характеризующие уровень развития НИОКР, оснащенность опытно-экспериментальным оборудо­ванием, материалами, приборами, оргтехникой, компьютерами, автоматическими устройствами и пр.;

• кадровые, характеризующие состав, количество, структуру, квалификацию персонала, обслуживающего НИОКР;

• научно-теоретические, отражающие результаты поисковых и фундаментальных теоретических исследований, лежащих в ос­нове научного задела, имеющегося на предприятии;

• информационные, характеризующие состояние информацион­ных ресурсов, научно-технической информации, текущей на­учной пёриодики, научно-технической документации в виде от­четов, регламентов, технических проектов и другой проектно - ­конструкторской документации;

• организационно-управленческие, включающие необходимые методы организации и управления НИОКР, инновационными проектами, информационными потоками;

• инновационные, характеризующие наукоемкость, новизну и приоритетность проводимых работ, а также интеллектуальный продукт в виде патентов, лицензий, ноу-хау, рационализатор­ских предложений, изобретений и т. д..;

• рыночные, оценивающие уровень конкурентоспособности новшеств, наличие спроса, заказов на проведение НИОКР, необ­ходимые маркетинговые мероприятия по продвижению нов­шеств на рынок;

• экономические, показывающие экономическую эффективность новшеств, затраты на проводимые исследования, рыночную стоимость интеллектуальной продукции; показатели, оцени­вающие стоимость как собственных, так и сторонних патентов, лицензий, ноу-хау и других видов интеллектуальной собствен­ности;

• финансовые, характеризующие инвестиции в новшества и их эффективность.

**2. Инновации как объект деятельности предприятия**

В процессе инновационной деятельности предприятие может функционировать с наибольшей результативностью, лишь четко ори­ентируясь на определенный объект и руководствуясь максимальным учетом воздействий факторов внешней и внутренней среды. Для этого необходима подробная классификация инноваций, их свойств и воз­можных источников финансирования. Такая классификация иннова­ций как объектов деятельности предприятия приведена на рис.1. Наиболее характерными показателями нововведений являются такие показатели, как абсолютная и относительная новизна, приоритетность и прогрессивность, уровень унификации и стандартизации, конкурен­тоспособность, адаптивность к новым условиям хозяйствования, спо­собность к модернизации, а также показатели экономической эффек­тивности, экологической безопасности и пр. Все эти показатели нов­шества являются по сути воплощением показателей технико - организационного уровня нововведения и его конкурентоспособности. Их значимость определяется по степени влияния этих факторов на конеч­ные результаты деятельности предприятия: на себестоимость и при­быльность продукции, ее качество, объем продаж и прибыли в краткосрочном и долгосрочном периодах, уровень рентабельности хозяйственной деятельности. Показатели технического уровня новшества оп­ределяют технический уровень производства в целом.

По степени новизны инновации подразделяются на принципи­ально новые, не имеющие аналогов в прошлом в отечественной и в зарубежной практике, и на новшества относительной новизны. Для принципиально новых видов продукции, технологии и услуг осо­бенно важен показатель их патентной и лицензионной чистоты и за­щиты, ибо они являются не только интеллектуальными продуктами первого рода, т.е. обладают приоритетностью, абсолютной новизной, но и являются оригинальным образцом, на основании которого ти­ражированием получают новшества-имитации, копии или интеллек­туальный продукт второго рода. Интеллектуальный продукт защища­ется правом собственности, вот почему предприятию для развития инновационной деятельности необходимо наличие патентов, лицензий, изобретений и ноу-хау

Среди инноваций-имитаций различают технику, технологию и продукцию рыночной новизны, новой сферы применения и новше­ства сравнительной новизны (имеющие аналоги на лучших зарубеж­ных и отечественных предприятиях) и нововведения – усовершенство­вания.В свою очередь, нововведения-усовершенствования по предметно - содержательной структуре подразделяются на вытесняющие, замещающие, дополняющие, улучшающие и пр.

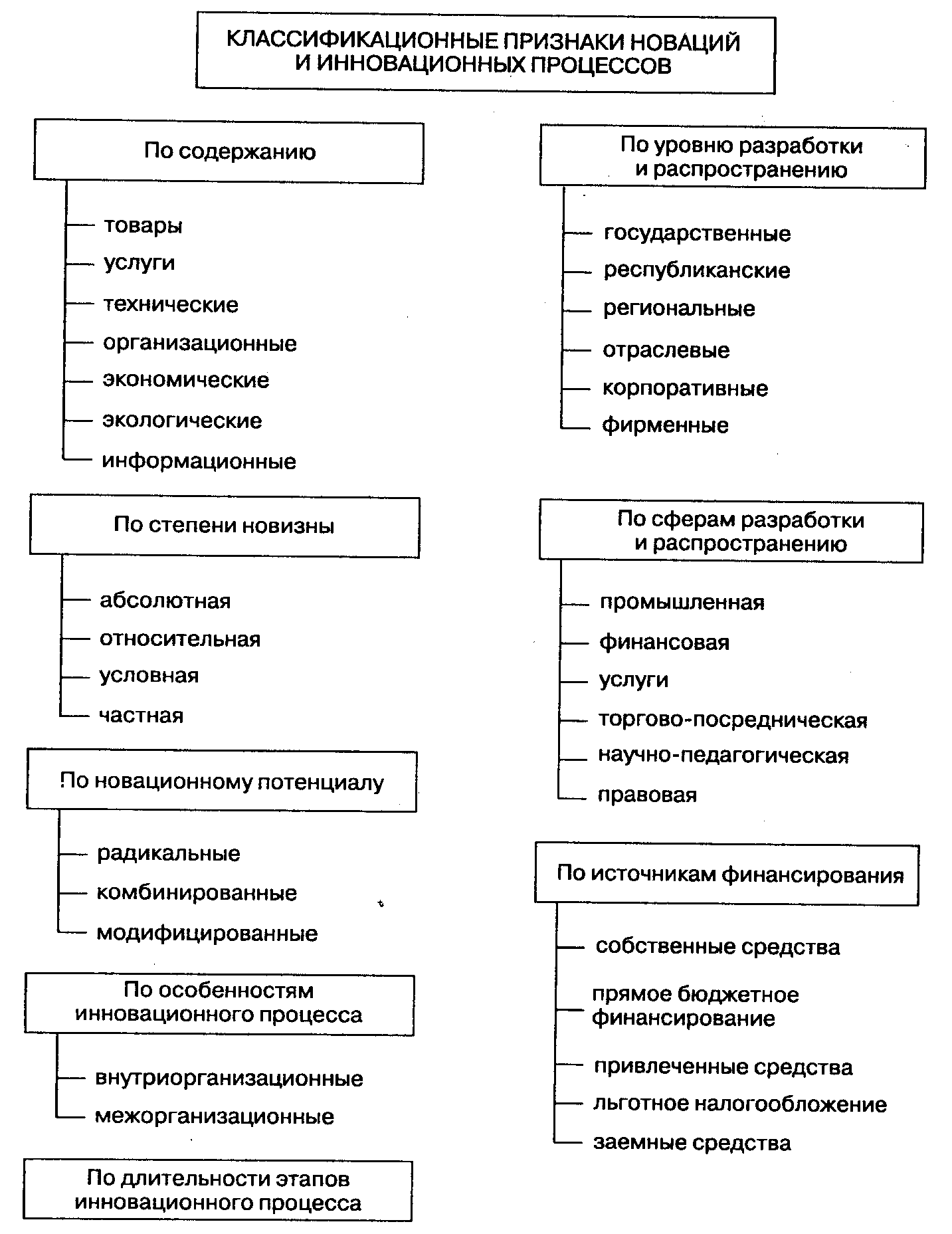


Рисунок 1.

Классификация новаций и инновационных процессов

**3. Жизненный цикл инноваций**

Жизненный цикл инновации представляет собой совокупность взаимосвязанных процессов и стадий создания новшества. Жизненный цикл инновации определяется как промежуток времени от зарождения идеи до снятия с производства реализованного на ее основе иннова­ционного продукта.

Обобщенная схема жизненного цикла инновации представлена на рис. 2.

Инновация в своем жизненном цикле проходит ряд стадий, вклю­чающих:

• зарождение, сопровождающееся выполнением необходимого объема научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, разработкой и созданием опытной партии новшества;

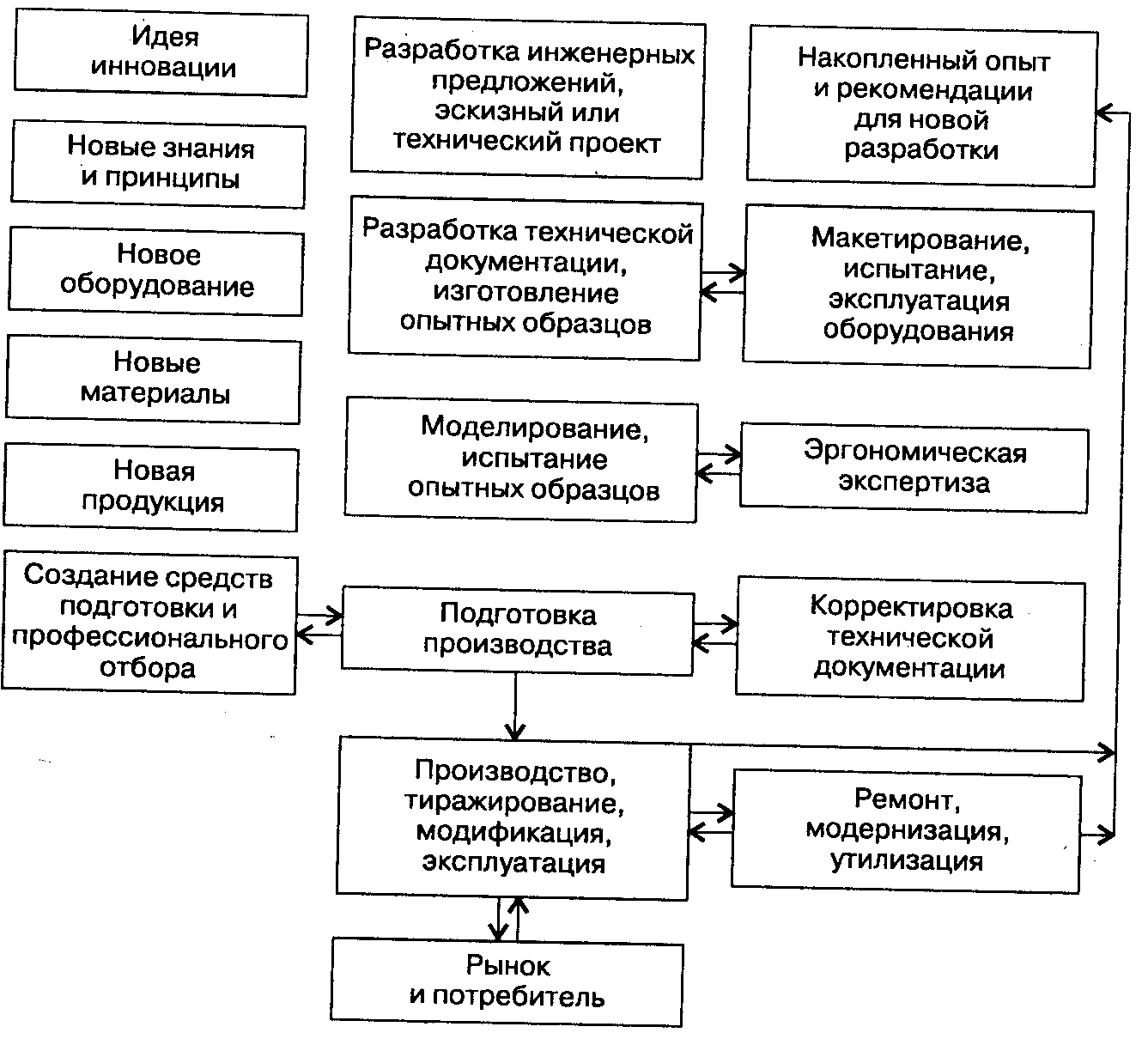
• рост (промышленное освоение с одновременным выходом про­дукта на рынок);

• зрелость (стадия серийного или массового производства и уве­личение объема продаж);

• насыщение рынка (максимальный объем производства и мак­симальный объем продаж);

• упадок (свертывание производства и уход продукта с рынка). С.позиций инновационной деятельности целесообразно разли­чать как жизненные циклы производства, так и жизненные циклы обращения новшества. Графическая интерпретация жизненного цик­ла производства показана на рис. 3.

Рисунок 2. Обобщённая схема жизненного цикла инноваций



Первая стадия - внедрение новшества - является наиболее тру­доемкой и сложной. Именно здесь велик объем расходов на освоение производства и выпуск опытной партии нового товара. На первой стадии воспроизводится и совершенствуется технология, отрабаты­вается регламент производственного процесса. И именно на данной стадии наблюдается высокая себестоимость продукции и незагружен­ность мощностей.

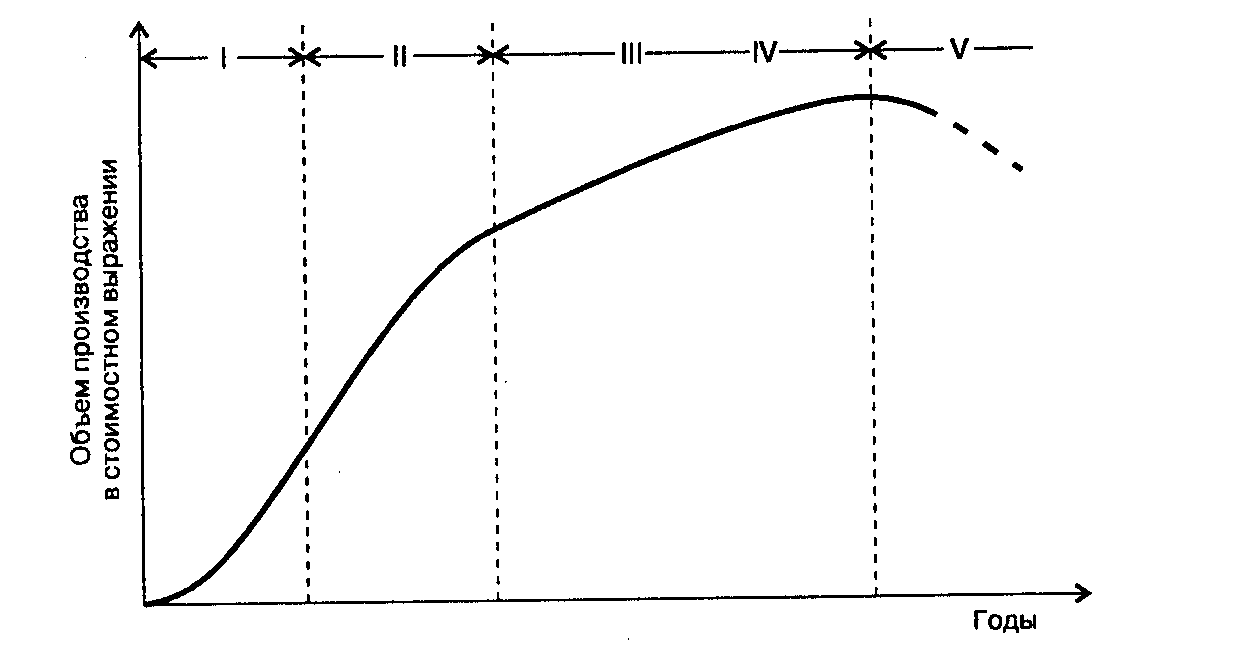
Вторая стадия - стадия промышленного освоения производст­ва - характеризуется медленным и растянутым во времени наращи­ванием выпуска продукции.

Третья стадия - стадия подъема - отличается быстрым наращи­ванием производства, значительным увеличением загрузки производ­ственных мощностей, отлаженностью технологического процесса и организации производства.

Четвертая стадия - стадия зрелости и стабилизации - характе­ризуется устойчивыми темпами наибольших объемов выпуска про­дукции и максимально возможной загрузкой производственных мощ­ностей.

Рисунок 3.

Жизненный цикл производств инновационного продукта



Пятая стадия - стадия увядания или упадка - связана с падени­ем загрузки мощностей, сворачиванием производства данного товара и резким уменьшением товарных запасов вплоть до нуля.

Состав и структура циклов жизни новой техники и технологии тесно связаны с параметрами развития производства. Частая смена техники и технологии создает большие сложности и нестабильность производства. В период перехода на новую техник и освоения новых технологических процессов снижаются показатели, эффективности всех подразделений предприятия. Вот почему инновациям в области технологических процессов и орудий труда должны, сопутствовать новые формы организации и управления, пооперационный, попроцессорный и подетальный расчет экономической эф­фективности.

Анализ продолжительности циклов жизни новой техники и тех­нологии проводится в следующей последовательности, включающей;

1) определение общей продолжительности циклов жизни изделие; данного семейства, поколения за всю историю, с тем чтобы установить устойчивую величину цикла данного вида техники или технологического процесса, в том числе и по стадиям;

2) определение распределений продолжительностей циклов жизни и их стадий вокруг центральной тенденции, поскольку это является основой прогноза продолжительности циклов жизни будущего новшества;

3) выработку базы стратегии и тактики роста производства соответственно продолжительности стадий циклов жизни новой техники и технологии;

4) распределение вероятностей продолжительности циклов буду­щих образцов и пропорционально ей ресурсов во времени следующего цикла;

5) тщательный анализ "факторов, влияющих на продолжитель­ность прошлых циклов, и экстраполяция результатов на прогноз их влияния на циклы жизни будущих изделий;

6) формализацию методов сбора исходных данных и применение эконометрических моделей расчета.

Методика анализа продолжительности циклов жизни позволяет дать ответ о динамике технико-экономических показателей производства и прогнозировать тенденции развития.

**4. Управление, планирование и организация инновационной деятельности**

Успешные исследования стимулируют рост финансирования, приводящий к полной невозможности дальнейших исследований.

Управление инновациями может рассматриваться в трех основ­ных аспектах:

1. Управление НИОКР (объект управления - непосредственно исследования и разработки).

2. Управление инновационными проектами (объект управле­ния - инновационные проекты).

3. Управление внешними условиями, влияющими на эффек­тивность осуществления инновационной деятельности.

Инновационный проект охватывает жизненный цикл новше­ства от момента возникновения идеи до момента прекращения выпуска продукта или использования технологического процесса. Такой проект включает: НИОКР, освоение производства продукта и проведение пробных продаж, развертывание массового или се­рийного выпуска и работ по реализации продукта, поддержание выпуска и продаж, модернизацию и обновление продукта, прекра­щение его выпуска.

Инновационный проект по существу является инвестиционным, осуществление которого требует долгосрочного связывания основ­ных материальных и финансовых средств. Однако по сравнению с «классическим» инвестиционным проектом реализацию инноваци­онного отличает.

1. Относительно меньшая достоверность предварительной эко­номической оценки в связи с высокой степенью неопределенности параметров проекта (сроков достижения намеченных целей, пред­стоящих затрат, будущих доходов), что вызывает необходимость применения дополнительных критериев оценки и отбора.

2. Участие высококвалифицированных специалистов и использо­вание уникальных ресурсов, что, в свою очередь, требует тщатель­ной разработки отдельных этапов всего проекта.

4. Возможность прекращения инновационного проекта без физи­ческого связывания инвестиций и, следовательно, значительных финансовых потерь.

5. Вероятность получения представляющих потенциальную ком­мерческую ценность побочных результатов, что, в свою очередь, требует гибкости управления проектом, способности к быстрому вхождению в новые отрасли бизнеса, рынки и т.д.

Перечень задач, решаемых в процессе управления инновация­ми, чрезвычайно широк. Применительно к продуктовым иннова­циям он включает:

• исследование рынка;

• прогноз длительности, характера и стадий жизненного цикла нового продукта;

• исследование конъюнктуры рынков ресурсов.

Инновационный маркетинг -комплекс маркетинговых иссле­дований и мероприятий, направленных на коммерчески успешную реализацию разработанных фирмой продуктов, технологий, услуг.

Маркетинг в инновационной сфере имеет следующие особен­ности:

• межотраслевой характер результата инновационной деятельнос­ти (т.е. возможность реализации инноваций в различных облас­тях и сферах деятельности);

• ориентация на опытного, искушенного, часто коллективного покупателя;

• обязательность рекламы: потребитель должен знать, в чем пре­имущество нового, как правило, незнакомого товара;

• обязательное послепродажное обслуживание (связано с техно­логической сложностью наукоемкой продукции);

• учет научно-технического уровни возможного потребителя, по­скольку многие инженерные инновации не находят покупателя из-за технологической отсталости потребителя.

Естественно, что в процессе маркетинговых исследований оп­ределяется и предварительная эффективность инноваций, под кото­рой подразумевают прежде всего экономическую эффективность, т.е. соотношение затрат и результатов реализации того или иного инновационного проекта. Поскольку прибыль является основным критерием деятельности любого предприятия, то именно связан­ные с ней показатели должны быть определяющими при оценке и отборе проекта.

Эффективность инноваций оценивается на основе следующих показателей:

• стоимости проекта с учетом источников его финансирования:

• чистой текущей стоимости;

• уровня рентабельности капитала;

• внутренней нормы рентабельности;

• срока окупаемости капиталовложений.

Инновационные проекты, выходящие за рамки традиционных направлений бизнеса, сложно оценивать с точки зрения эффек­тивности вложений, так как они связаны с неопределенностью. Проблема состоит в том, удастся ли свести неопределенность про­екта к категориям риска, так как риск может быть подчинен опре­деленному закону распределения вероятностей и поэтому, в прин­ципе, быть управляемым.

Любой риск может быть количественно охарактеризован веро­ятностью наступления нежелательного исхода.

Каждое предприятие вне зависимости от формы собственности и размерных характеристик разрабатывает инновационную страте­гию. К основным элементам инновационной стратегии предприя­тия относятся:

- совершенствование уже производимых изделий и применяемых технологий;

- создание и освоение новых продуктов и процессов;

- повышение качественного уровня технико - технологической, на­учно-исследовательской и опытно-конструкторской базы пред­приятия;

- повышение эффективности использования кадрового и инфор­мационного потенциала предприятия;

- совершенствование организации и управления инновационной деятельностью;

- рационализация ресурсной базы;

- обеспечение экологической и технологической безопасности;

- достижение на внутреннем и внешнем рынках конкурентных пре­ имуществ инновационного продукта в сравнении с продуктами аналогичного назначения.

При разработке инновационной стратегии необходимо решить следующие основные проблемы:

- определение типа инновационной стратегии, наиболее соот­ветствующего целям и рыночным позициям предприятия;

- обеспечение соответствия инновационной стратегии организа­ционной структуре, инфраструктуре и системе управления ин­формацией на предприятии;

- определение критериев успеха на возможно более ранних стади­ях разработки инновационного проекта;

- выбор оптимальной процедуры мониторинга и контроля за хо­дом реализации проекта.

**5. Оценка эффективности инновационного проекта**

В рыночной экономике при разработке и внедрении новшеств наиболее распространен не нормативный, а проектный подход.

В основе проектного подхода к деятельности предприятия, в том числе к его инновационной и инвестиционной деятельности, лежит принцип денежных потоков (cash how). При этом коммерческая эффективность деятельности как для проекта, так и для предприятия; определена на основании «Методических рекомендаций по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования», утвержденных Госстроем, Министерством экономики, Министерством финансов и Госкомпромом РФ.

Установлены следующие основные показатели эффективности инновационного проекта:

• финансовая (коммерческая) эффективность, учитывающая финансовые последствия для участников проекта;

• бюджетная эффективность, учитывающая финансовые последствия для бюджетов всех уровней;

• народно-хозяйственная экономическая эффективность, учитывающая затраты и результаты, выходящие за пределы прямые финансовых интересов участников проекта и допускающие стоимостное выражение.

**6. Методы оценки эффективности проекта**

В основе оценки эффективности проекта лежит сравнительный анализ объема предлагаемых инвестиций и будущих денежных поступлений. Сравниваемые величины относятся в большинстве случаев к различным временным периодам. Поэтому наиболее важное; проблемой в этом случае, так же как и при определении экономической эффективности новой техники и технологии, является проблема сопоставления доходов и затрат и приведения их в сопоста­вимый вид. Причиной необходимости проведения процесса дис­контирования (т.е. приведения в сопоставимый вид) может являться инфляция, нежелательная динамика инвестиций, падение промышленного производства, различные горизонты прогнозирования, изменения в налоговой системе и т.д.

Методы оценки эффективности проекта подразделяются на для группы, основанные:

а) на дисконтированных оценках;

б) на учетных оценках.

Так, методами оценки эффективности проекта, основанными на учетных оценках (без дисконтирования.), являются период окупаемости (Рау Back Period - РР), коэффициент эффективности инвестиций (Average Rate of Return - ARR) и коэффициент покрытия долг, (Debt Cover Ratio - DCR).

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 - Рл, чистую стоимость, иначе назы­ваемую «чистый дисконтированный доход» (Net Present Ua1ue) и внутреннюю норму доходности (Internal Rate of Return - IRR).

Традиционные методы оценки проекта широко применяются в финансовой практике.

Метод окупаемости капиталовложений является весьма распро­страненным. Но его существенный недостаток - в игнорировании 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 деятельности 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 про­ект можно оценить, применяя методы, основанные на дисконтиро­ванных оценках.

**Заключение**

Инновационная деятельность - вид деятельности, связанный с трансформацией идей-инноваций в новый усовершенствованный продукт, внедренный на рынке; в новый или усовершенствованный технологический процесс, использованный в практической деятельности; в новый подход к социальным услугам.

Выделяют следующие основные виды инновационной деятельности: инструментальная подготовка и организация производства, пуск производства и производственные разработки, включающие модификации про­дукта и технологического процесса, переподготовку персонала для приме­нения новых технологий и оборудования, маркетинг новых продуктов; при­обретение не веществленной технологии в виде патентов, лицензий, ноухау, торговых марок, конструкций, моделей и услуг технологического содержа­ния; приобретение машин или оборудования, связанных с внедрением ин­новаций; производственное проектирование, необходимое для разработки, производства и маркетинга новых товаров, услуг; реорганизация структуры управления.

Выбор способа и направления инновационной деятельности предприятия зависит от ресурсного и научно-технического потенциала предприятия, требований рынка, стадий жизненного цикла техники и технологии, осо­бенностей отраслевой принадлежности.

При проектировании, разработке и внедрении инноваций следует определить необходимые затраты для их реализации, возможные источники финансирования, оценить экономическую эффективность от внедрения инноваций, сравнить эффективность различных инноваций путем сравнения доходов и затрат.

**Список литературы**

1. В.П. Грузинов, В.Д. Грибов Экономика предприятия: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 208 с.
2. И.Т. Балабанов Инновационный менеджмент. СПб.: Питер, 2001. – 437 с.
3. Н.В. Сергеев Экономика предприятий: Учебное пособие. – 2-е изд., - М.: Финансы и статистика, 2005. – 310 с.
4. Н.И. Зайцев Экономика промышленного предприятия. – М.: ИНФРА - М, 2003. – 259 с.
5. П.Н. Завлина, А.К. Казанцева Инновационный менеджмент: Учебное пособие. - СПб.: Наука, 2002. – 270 с.
6. Экономика предприятия: Учебник /Под ред. проф. Н.А. Саф­ронова. - М.: Юристъ, 2002. - 608 с.