

Социальное самочувствие людей и стратегия инновационного развития предприятия

Ирина А. Киселева¹ kia1962@list.ru
Николай Е. Симонович² nsimoni@mail.ru
Елена Д. Соломатина³ soloha73@mail.ru

¹ Российский экономический Университет имени Г.В. Плеханова, Стремянный пер., 36, г. Москва, Россия

² Российский Государственный Гуманитарный Университет, Миусская пл., 6, г. Москва, Россия

³ Воронежский филиал Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, ул. Карла Маркса, 67А, Воронеж, Россия

Аннотация. В статье изложены проблемы внедрения инноваций в России с точки зрения развития процессов стандартизации в области управления рисками и психологического становления профессии риск-менеджера. Рассмотрены особенности разработки инновационного развития предприятия с учетом состояния социального самочувствия людей. Стратегия инновации, прежде всего, подразумевает стратегическое управление, как деятельность по формированию и воплощению миссии, основных целей компании, которые гарантируют ее развитие в среде постоянной конкуренции и нестабильности. Стратегическое управление – это непрерывающийся процесс подбора и исполнения направлений деятельности организации, с учетом социального самочувствия сотрудников, основывающийся на прогнозировании изменения внешней среды, предсказания проблем на основе экспертных решений, направленных на поддержание созданного преимущества компании.

Ключевые слова: предприятие, инновации, риски, управление риска, социальное самочувствие

Social well-being of people and the strategy of innovative development of the enterprise

Irina A. Kiseleva¹ kia1962@list.ru
Nikolai E. Simonovich² nsimoni@mail.ru
Elena D. Solomatina³ soloha73@mail.ru

¹ Plekhanov Russian University of economics, Stremyanny alley, 36, Moscow, Russia

² Russian State Humanitarian University, Miuskaya sq., 6, Moscow, Russia

³ Voronezh branch of the Russian Economic University named after G.V. Plekhanov, Karl Marx str., 67A, Voronezh, Russia

Abstract. The article describes the problems of introducing innovations in Russia from the point of view of the development of standardization processes in the field of risk management and the psychological development of the profession of a risk manager. The features of the development of innovative development of the enterprise, taking into account the state of social well-being of people, are considered. Innovation strategy, above all, implies strategic management, as an activity of forming and implementing the mission, the main goals of the company, which guarantee its development in an environment of constant competition and instability. Strategic management is an ongoing process of selecting and executing the organization's activities, taking into account the social well-being of employees, based on predicting changes in the external environment, predicting problems based on expert decisions aimed at maintaining the company's created advantage.

Keywords: enterprise, innovation, risks, risk management, social well-being

Введение

Внедрение инноваций на предприятии, изучение социального самочувствия сотрудников, по сути, представляет собой использование плодов научно-технического прогресса с целью успешного ведения бизнеса. Он применяется для расширения ассортимента товаров и их функциональных возможностей, повышения качества данной продукции и изменения спроса за счет повышения покупательской способности.

Любая организация хочет быть конкурентоспособной и поддерживать собственный имидж на рынке за счет:

- внедрения свежих инновационных технологий с учетом психологических особенностей персонала;
- поиска новых идей в сфере управления персоналом, маркетинга и внедрения новых технологий на производстве товаров и при оказании услуг;
- влияния на покупательский спрос целевой аудитории различными способами с использованием инновационных технологий продаж;
- создания новых форм производства и креативных технологий формирования проектной команды;

Для цитирования

Киселева И.А., Симонович Н.Е., Соломатина Е.Д. Социальное самочувствие людей и стратегия инновационного развития предприятия // Вестник ВГУИТ. 2019. Т. 81. № 1. С. 402–411. doi:10.20914/2310-1202-2019-1-402-411

For citation

Kiseleva I.A., Simonovich N.E., Solomatina E.D. Social well-being of people and the strategy of innovative development of the enterprise. *Vestnik VGUIT* [Proceedings of VSUET]. 2019. vol.81. no.1. pp.402–411. (inRussian). doi:10.20914/2310-1202-2019-1-402-411

- появления новых структур и подразделений в производственной цепи, изменения ценовой политики на рынке.

Процесс внедрения инноваций в деятельность компании – это довольно широкая сфера деятельности, в которой взаимодействуют различные психологические факторы, методы, технологии, способы управления и структуры, которые занимают:

- разработками и опытами в сфере создания совершенно нового вида продукта, современным подходом к организации труда, внедрением инновационного оборудования;
- планированием, разработкой, поэтапным координированием и снабжением средствами всех разработок и внедрением прогрессивных инноваций в производство;
- усовершенствованием различных методов стимулирования трудового коллектива;
- разработкой системы сообщения для увеличения темпов внедрения результатов, разработкой коммуникаций научно-технической деятельности.

Инновационные процессы призваны поставить в полном объеме результаты исследований на коммерческую основу для расширения ассортимента товаров (услуг), улучшения их потребительских качеств, развития новых технологий производства с целью закрепления лидирующих позиций товаров как на внутреннем, так и на международном рынке [7].

Общие принципы организации инновационной деятельности на предприятии

1. Потребность обеспечивать непрерывное протекание инновационных процессов. Процесс функционирования системы без остановок – это неусыпный контроль работоспособности коммуникаций на разных стадиях инновационного цикла.

2. Все составляющие инновационной политики подробно прописаны с распределением функций всех сотрудников и отделов, участвующих в процессе.

3. Анализ влияния различных внешних и внутренних факторов и процессов коммуникации, способных воздействовать на внедрение новых технологий.

4. Определение взаимосвязи имеющихся полномочий и соразмерных им мер ответственности.

5. Достижение оптимальных результатов производства и конкурентоспособности на рынке с минимальными затратами ресурсов и средств за счет совершенствования текущих процессов.

6. Горизонтальные и вертикальные структурные взаимодействия для организации инновационной деятельности на всех уровнях и во всех функциональных подразделениях.

Помимо общих принципов выделяют также специфические принципы внедрения инновационных технологий.

1. Обеспечение хорошего взаимодействия сотрудников для повышения работоспособности и качества генерации и внедрения идей.

2. Удовлетворение потребительского спроса.

3. Имеющиеся задачи определяют направление всей работы компании по внедрению и развитию новых технологий.

4. Инновационная деятельность осуществляется параллельно в нескольких направлениях, а не в одном конкретном.

5. Руководство компании самостоятельно генерирует и контролирует все процессы инновационной деятельности. Именно здесь включается стратегическое планирование и формируются направления развития компании. Те структуры, которые заняты в процессах внедрения инноваций, должны иметь единую схему решения задач и их оптимизации.

6. Все ресурсы организации вовлечены в процесс внедрения инновационных технологий и развитие компании в заданном направлении.

Естественно, процесс внедрения, какой бы то ни было технологии обуславливается рядом ключевых функций.

1. Составление плана мероприятий инновационной политики. Во-первых, формируется роль организации на рынке при успешном внедрении инновационных процессов. Во-вторых, вырабатывается стратегия работы по направлениям и определяются цели и задачи по каждому из них. В-третьих, руководство выбирает наиболее эффективные методы инноваций по каждому из направлений. Долгосрочные планы компании на будущее позволяют сформировать ее нынешние задачи и приоритеты развития. На практике все это реализуется на фоне конкретных действий персонала.

2. Контроль инновационной деятельности. Давно известна идея развивать собственный бизнес за счет современных научных достижений. Но при этом, если компания хочет эффективно внедрить собственный механизм инновации, ей необходимо создать собственное подразделение профессионалов, отвечающих за современные технологии. Эти люди должны генерировать инновационные идеи и следить за их практическим применением.

3. Стимулирование субъектов инновационной деятельности. Для процесса внедрения новых технологий и реализации крупных идей требуются дружеская и продуктивная атмосфера в коллективе, команда креативно мыслящих специалистов, которые замотивированы добиться цели, а также достойное денежное вознаграждение. Это и есть основная задача мотивации кадров.

4. Постоянный промежуточный контроль достижений внедрения инноваций. Ход данных процессов необходимо постоянно контролировать и давать им оценку. Это следует делать для того, чтобы убедиться в правильном выборе стратегии, а в случае необходимости – учесть совершенные ошибки и исправить их.

Инновационные процессы включают работу по созданию новых видов продукции или улучшение качества уже выпускаемых товаров, совершенствование форм и способов организации производства, их доставки и реализации. Развитие организации и укрепление ее позиций на рынке – главная цель инновационной деятельности внутри компании [6, с. 35].

Если компания проводит такие внедрения, следовательно, имеется ряд целей и стоит задача их достигнуть для удовлетворения внутренних потребностей. Это – инновационные решения в увеличении качества производства за счет модернизации всех работающих структур, стимулирование интеллектуального и научно-технического ресурса, увеличение объемов производства и продаж товаров или услуг с качественно новыми показателями [1].

Данная инновационная деятельность предприятия полностью должна способствовать появлению на рынке высокотехнологического продукта, выполненного в соответствии с последними достижениями науки и техники. Он должен быть конкурентоспособным и способствовать развитию экономики в целом [2]. Для создания такого товара нужно учесть все особенности современного рынка и риски, правильно поставить задачи, попытаться предугадать грядущие проблемы и затруднения и включить в план пути их преодоления.

Главные задачи инновационной деятельности организации

1. Создание индивидуальных свежих идей, научно-исследовательские работы, конструкторские разработки, проведение анализов и испытаний, создание образцов новых изделий.

2. Изучение имеющегося сырья ресурсов и изучение материалов, которые могут быть использованы при создании образцов новой продукции.

3. Выбор технологических процессов, разработок и идей для внедрения их в собственное производство.

4. Полный процесс внедрения и выпуска новых образцов, машин, механизмов.

5. Модернизирование методов управления под современные реалии инновационных методов управления.

6. Инновационная кадровая политика в отношении персонала.

7. Стабильные коммуникации и обмен информацией для обеспечения инновационных процессов.

8. Постепенное формирование базы данных и создание библиотеки тематической документации, относящейся к развитию, внедрению, использованию инновационных технологий с учетом защиты авторского права.

9. Маркетинговые исследования по продвижению данных технологий.

10. Организация деятельности и производство опытных образцов продукции.

11. Внедрение новых технологий в производство.

12. Производство и продвижение на рынок продуктов-результатов инновационной работы.

Факторы, влияющие на развитие инновационного потенциала предприятия

Оценить факторы, влияющие на инновационный потенциал предприятия, можно с помощью анализа, позволяющего соотнести степень готовности компании к применению новых технологий.

Научно-техническая база, наличие квалифицированных кадров в сочетании с инвестиционной политикой формируют тот потенциал предприятия, который генерирует инновационные идеи и формирует структуру работы. К этому процессу подключаются многие сегменты компании, в частности, образовательный и финансовый. Образовательный сегмент создает идеи, которые в конечном счете превратятся в новый, современный, ни на что не похожий продукт, разработку и производство которого оплачивает финансовый департамент компании.

Внедрение инноваций может подразумевать возможность кардинального изменения кадрового состава и перестановок внутри структурных подразделений для оптимизации работы над проектом. Это касается и управленческого сегмента, и производственной части организации. Жизненно необходимо выстроить коммуникации для взаимодействия, чтобы инновационные внедрения продвигались значительно быстрее. Иногда жесткая вертикаль системы подчиненности в компании мешает раскрытию имеющегося в подчинённых потенциала.

На предприятии должны быть хорошо налажены связи с внешним миром, поскольку в современных конкурентных условиях рынка очень важно оперативно реагировать на изменения вокруг. Умение правильно оценить обстановку и принять верное решение – основной залог руководства для сохранения инновационного потенциала.

В ином случае внедрение инноваций может быть замедлено, неэффективно организовано или совсем отсутствовать. Это может привести к тому, что роль компании на рынке будет снижена, а желаемые позиции будут утрачены или просто не достигнуты.

Инновационный потенциал представляет собой качественный переход от использования традиционных методов управления и производства продукции к современному менеджменту управления и созданию такого продукта, который способен выдержать любые формы конкуренции на рынке.

Текущая политика компании придерживается соблюдения определенных правил и методов. Она предусматривает полное использование всех имеющихся ресурсов. Большое значение имеет способность руководящих структур проанализировать существующие данные и приложить все усилия, подключить творческие и аналитические способности на реализацию задуманных проектов.

На потенциал предприятия оказывают влияние следующие факторы:

- коммуникации с внешней средой;
- свойства и особенности производимой продукции;
- сроки годности товара;
- обработка и контроль информации о состоянии дел на рынке инноваций и рынке в целом;
- доля практических интересов компании;
- потенциал маркетинговых и управляющих структур;
- кадровая политика в отношении квалифицированного и технически образованного персонала, задействованного во внедрении инноваций;
- технические параметры используемого оборудования;
- микроклимат на предприятии.

В России замедлены темпы инновационного развития из-за сложности изменения имеющихся форм управления предприятиями. Тем временем рынок ждет появления товара или услуги, созданной на основе современных достижений науки при внедрении новейших методов производства.

Основные направления инновационного развития предприятия

Комплексная механизация и автоматизация производства – правильная организация производственной линейки, использование унифицированных станков, машин, устройств и приборов, которые способны дополнять и при необходимости заменять друг друга. Это увеличивает объемы производства и повышает производительность труда. Существует довольно давняя тенденция замены ручного труда в любом его проявлении современными технологиями и методами производства.

Механизация изменялась и модернизировалась по конкретной схеме: от уникального производства к массовому производству. В начале были автоматизированы самые трудоемкие и трудозатратные процессы, а затем все вспомогательные действия при производстве продукции.

Автоматизация – частичная или полная замена человеческого труда в процессе производства. Она имеется в любых сферах деятельности, где ручной и умственный труд может быть частично или полностью заменен действием специальных машин или механизмов. Автоматизация бывает связана:

- с частичной заменой (заменяются некоторые элементы производства);
- комплексной заменой (касается всего производственного цикла);
- полной заменой (весь процесс производства осуществляется без непосредственного участия персонала).

Химизация производства – развитие инновационной деятельности посредством применения и внедрения химических технологий, использования сырьевой базы, материалов и изделий, полученных методами синтеза для увеличения эффективности производства, новизны и качества выпускаемой продукции. В качестве примера можно привести современные лаки, покрытия, синтетические волокна, химические добавки и пластмассу.

Электрификация производства – широкое применение машин и механизмов, использующих электричество в качестве питания силовых установок. К подобным видам работ можно отнести лазерную резку твердых материалов, лазерную сварку, электрофизическую и электрохимическую обработку для получения новых форм и защитных покрытий.

Электронизация производства. Данный факт позволяет внедрять в работу персональные компьютеры, вычислительные системы, прикладное программное обеспечение, станки с программным управлением, промышленных

роботов. Электронизация производства является важнейшим фактором для внедрения и использования инновационных технологий.

Создание и внедрение новых материалов, обладающих качественно новыми эффективными свойствами. Данные материалы имеют уникальные свойства, позволяющие создавать товары со сверхпроводимостью, а также продукты, которые могут соприкасаться с вредоносной средой и обладать стабильным поведением при нахождении в среде высоких температур и радиоактивного поля. Создание и налаженное производство таких материалов резко повышает конкурентоспособность на рынке и имидж компании. Особенно престижным считается создание или использование экологически чистых материалов, безотходного производства и быстро-разлагающихся материалов.

Инновационные технологии, используемые в производстве, способны сэкономить ресурсы при создании качественного недорогого товара, готового выйти на рынок.

Инновационная стратегия развития предприятия

Проанализировав любую стратегию производства, можно заметить, что, как и при других технологиях, товар имеет собственный срок годности и жизненный цикл. Жизненный цикл можно описать через следующие этапы развития.

1. Зарождение идеи – базовое состояние проекта, момент появления зародыша новой стратегии развития.

2. Рождение продукта – выпуск товара на рынок после фактической реализации всех этапов инновационной деятельности.

3. Утверждение позиций – завоевание места на рынке и постепенное вытеснение конкурентов за счет своих основных преимуществ: отличающегося качества при несоизмерной в некоторых случаях стоимости.

4. Стабилизация продукта – момент пика, совершенства товара благодаря техническому превосходству.

5. Процесс упрощения – утрата потребительских качеств на фоне современных и более модернизированных товаров.

6. Падение продаж – полная потеря спроса и интереса.

7. Затухание производства – снижение объемов производства и очередная модернизация линии производства для нового продукта.

8. Деструктуризация производства – прекращение производства данного товара и поиск новых идей и направлений модернизации и внедрения инноваций.

Наблюдение за ситуацией на рынке нужно, чтобы отслеживать появление конкурентных товаров, способных вытеснить ваш и знать о предполагаемых сроках его вытеснения. Имея такую информацию, можно подстроить собственные планы выпуска продукции, минимизировать собственные потери и затраты и выбрать самую оптимальную стратегию.

Виды инновационной стратегии производства зависят от поставленных задач

Стратегия наступления. Задача – нацеленность на результат в узком направлении работы и выпуск на рынок одного продукта с высочайшим потребительским спросом, который способен конкурировать с любым аналогичным товаром на рынке. Нужно тщательное исследование рынка.

Оборонительная стратегия. Применяется компаниями, занимающими конкретные стабильные позиции на рынке. У них хорошо отлажены технологические процессы производства под управлением высококвалифицированного персонала. Такая продукция гораздо дольше держится на рынке из-за репутации компании. Задача данной стратегии – удержание позиций [8, с. 9].

Стратегия промежуточного внедрения. Такие компании постепенно входят в различные сегменты рынка, которые на данный момент относительно свободны. Ищутся ниши на рынке, в которых нет серьезной конкуренции, поэтому можно беспрепятственно войти на рынок, не боясь конкурентов.

Стратегия поглощений. Задача – купить права на инновационную деятельность у других более слабых предприятий наряду с использованием собственных достижений в данной сфере. Данная стратегия может применяться совместно с любой другой.

Стратегия имитации. Задача – сэкономить на затратах и издержках производства. Компания выпускает товар такой же, как и у конкурента, однако с собственными интересными решениями, возможно, в сфере маркетинга.

Пиратская стратегия. Стратегия считается специфичной, так как ее можно считать эффективной только на первых этапах внедрения на рынок. Суть заключается в полном копировании товара или интеллектуальной собственности другой компании с изменением бренда. Продукт хорошо приживается на рынке, но далеко не всегда надолго.

Данные методы помогут выбрать подходящую стратегию для развития ваших собственных проектов.

1. Метод структурного анализа позволяет произвести внутриотраслевые исследования появления инновационных продуктов. Решение принимается на основании имеющихся результатов.

2. Метод анализа информационных потоков позволяет установить, что вся инновационная информация на рынке имеет свои циклы активности.

3. Метод статистики запатентованных идей позволяет просмотреть область деятельности с большим количеством интересных идей.

4. Метод лексического исследования анализирует отраслевые изменения для составления прогноза возможного возникновения новой отрасли.

5. Метод динамических показателей позволяет принять решение о выборе инновационной стратегии, ссылаясь на мировые технические системы.

При выборе стратегии будущей работы можно подключить для получения ценных советов специалистов, однако есть возможность и разработать все самим.

Разработка инновационной стратегии развития предприятия

Стратегия инновационного развития позволяет контролировать качественные изменения положения предприятия на рынке и собственную внутреннюю стабильность. Для рационального использования всего имеющегося потенциала необходимо серьезное управление предприятием с подключением различных мер контроля и регулирования.

Стратегия должна определять:

- какова самая близкая задача компании;
- какая задача последует далее;
- направления долгосрочного развития.

Использование инновационной стратегии для развития компании и укрепления позиций на рынке всегда связано с определенной долей риска. Поэтому при внедрении и контроле всех процессов необходимо учесть все возможные факторы, способные повлиять на будущее компании, и разработать план действий, способный каким-либо образом минимизировать риски на рынке. Дополнительный план не мешает при составлении грандиозных планов на будущее компании.

Этапы схемы разработки инновационной стратегии предприятия

Здесь внимание должно быть направлено:

- на диверсификацию производства;
- увеличение доли рынка;

- повышение устойчивости и конкурентоспособности;
- экономию ресурсов и снижение себестоимости производства продукции;
- увеличение платежеспособности предприятия;
- управление финансами и финансовой устойчивостью;
- развитие и повышение качества системы управленческого менеджмента и коммуникаций управления.

Этап 1. Оценка внешней и внутренней среды, анализ ее воздействия на производство. При использовании инновационных стратегий необходимо учесть и сбалансировать внутренние и внешние факторы, такие, как межличностные отношения в коллективе и стабильность рынка, где ведется деятельность. В таком случае целесообразно использовать SWOT-анализ, который учитывает любые факторы, способные повлиять на работу предприятия [9].

Покажем часть SWOT-анализа на примере Google Inc. Это одна из самых крупных компаний в мире, развивающих направление интернет-поиска, облачных вычислений и различных сервисов. Google поддерживает и разрабатывает ряд интернет-сервисов и продуктов, а также управляет более чем миллионом серверов в центрах обработки данных по всему миру и обрабатывает более одного миллиарда поисковых запросов каждый день.

У данной компании несмотря на масштабы ее деятельности также существует немало рисков как внешних, так и внутренних. Также Google славится своей инновационной деятельностью и постоянно выпускает на рынок все новые и новые продукты, пользующиеся огромным спросом.

Этап 2. Исследование инновационного развития предприятия в конкретный момент его жизнедеятельности. Определяются ключевые показатели активности:

- количественный, качественный и материальный уровень затрат на организацию научно-технической работы;
- количество затрат, потраченных на обновление первоклассного модернизированного оборудования для продвижения инновационной деятельности;
- доходность научно-технической, аналитической и инженерной деятельности, процент прибыли от внедрения инновационных решений;
- период окупаемости, выполненный с учетом применения новых технологий.

Матрица SWOT-анализа на основе компании Google

Table 1.

Matrix SWOT-analysis based on Google

<p>«Сила и возможности»</p> <ul style="list-style-type: none"> · Огромные финансовые возможности позволяют постоянно совершенствовать технологии и осваивать новые рынки · Наличие высококвалифицированных специалистов во всех областях даёт возможность без особых проблем осваивать новые рынки <p>«Power and Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> · Huge financial opportunities allow to constantly improve technologies and New markets · The presence of highly qualified specialists in All areas allows to develop new markets without special problems 	<p>«Сила и угрозы»</p> <ul style="list-style-type: none"> · Объединение конкурентов может создать более привлекательную и мощную корпорацию, в следствие чего некоторые высококвалифицированные специалисты могут быть переманены. · Большое количество информационных каналов может добавить новых проблем с законом <p>«Power and Threat</p> <ul style="list-style-type: none"> · Combining competitors can create a more attractive and A powerful corporation, Consequence of which some highly skilled specialists can be multiplied. · A large number of information channels can add new problems with Law
<p>«Слабость и возможность»</p> <ul style="list-style-type: none"> · Непредставленность Google в соцсетях даёт возможность, исправив это, открыть для себя огромный новый рынок и заполнить гигантское количество пользователей. <p>Невысокая точность поиска может быть компенсирована в будущем, т. к. технологии постоянно совершенствуются</p> <p>"Weakness and Possibility</p> <ul style="list-style-type: none"> · Not Google's representation in Social. Networks makes it possible, by correcting this, to open the A huge new market and Get a huge number of users. · Low the accuracy of the search can be compensated in The future, because technology is constantly being 	<p>«Слабость и угрозы»</p> <ul style="list-style-type: none"> · Невысокую точность поисковых запросов конкуренты могут превзойти и этим переманить пользователей на свою сторону · Конкуренты могут воспользоваться тем, что Google не представлен в соцсетях и первыми оккупировать этот рынок <p>"Weakness and Threat</p> <ul style="list-style-type: none"> · Low accuracy of search queries competitors can surpass and This is to entice users to His side Competitors can take advantage of the fact that Google does not Presented in Social. Networks and First to occupy this market

Этап 3. Разработка альтернативного пути инновационного развития. На данном этапе генерируются различные варианты движения по некоторым направлениям и выбираются некоторые из них для создания конкурентоспособного товара, характеризующегося достаточно высокой покупательской способностью.

Этап 4. Формирование ресурсов для обеспечения жизнедеятельности выбранной инновационной стратегии. Здесь происходит поиск источников финансирования, а также формирование дополнительных резервов, чтобы была возможность обеспечить жизнедеятельность компании.

Поставленная цель достигается благодаря анализу возможных источников финансирования инновационных проектов; расчетам необходимых объемов финансирования; ревизии собственных средств; определению источников для пополнения недостающих финансовых ресурсов.

Этап 5. Оценка стратегии инновационного развития. Стратегия оценивается с точки зрения качественного или количественного подхода к ее реализации. Качественный подход характеризует сопоставимость поставленных целей и подобранной для них стратегии. Количественная оценка позволяет определить рентабельность и доходность инновационных технологий в действии. Стратегия корректируется в процессе изменения рыночных отношений и возможностей финансирования.

Как оценить эффективность инновационного развития предприятия

Эффективность инновационного развития оценивается как сумма всевозможных факторов, оказывающих влияние на место компании на рынке.

Эффекты за расчетный период и показатели годовой эффективности зависят от следующих факторов: длительности инновационного периода; продолжительности службы продукта, созданного в условиях новой стратегии; достоверности источников, каналов и поступающей по ним информации; требований, предъявляемых инвесторами.

Эффективность инновационного развития компании определяют соотношением эффекта и затрат. Эффективность – это величина, измеряемая в долях единицы/процентах и характеризующая результат всех затрат.

Критерий эффективности – максимизация эффекта (прибыли) при заданных затратах или минимизация затрат (издержек производства) на достижение заданного эффекта:

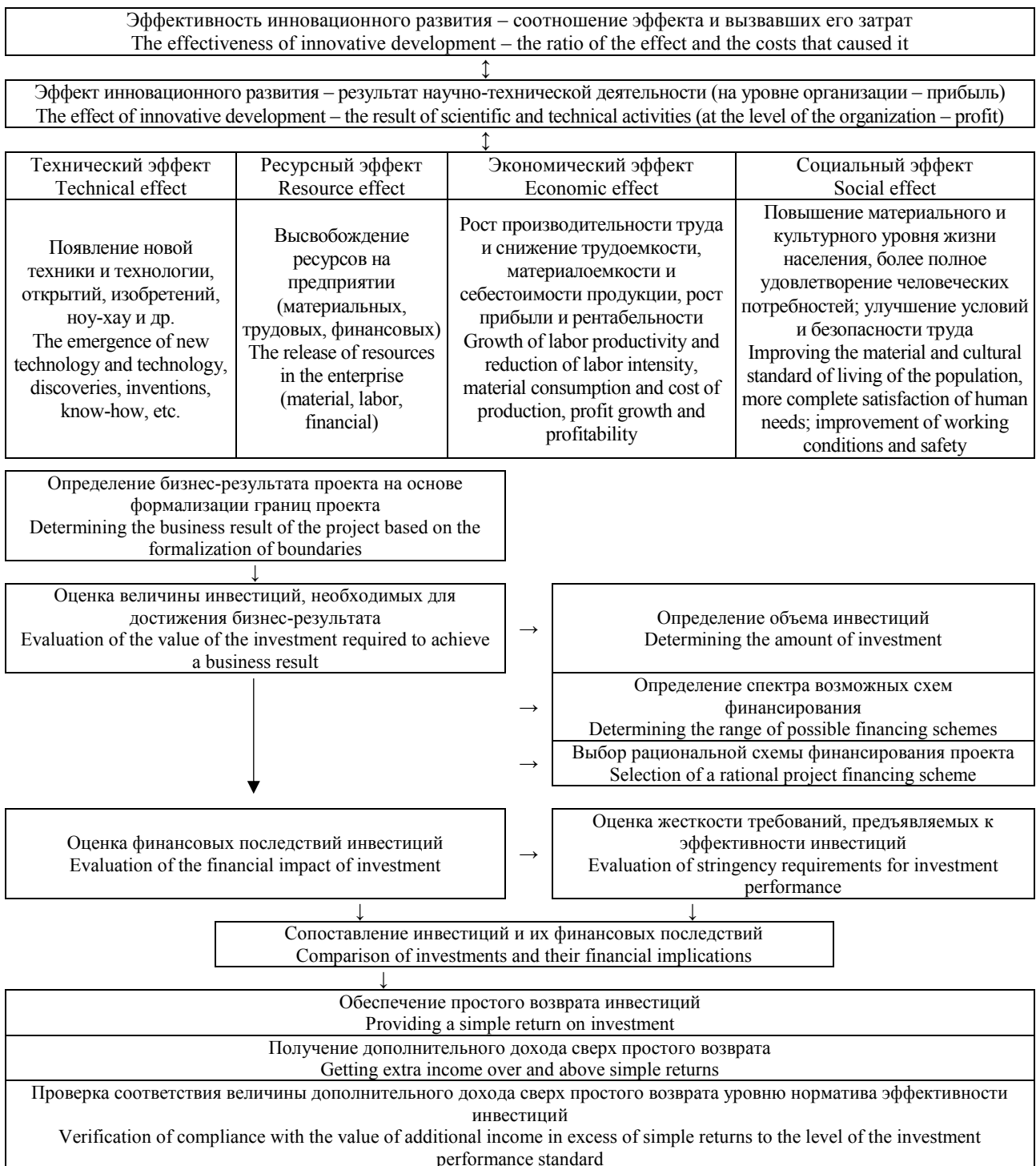
$$\text{Эффект} = \frac{\text{Результат}}{\text{Затраты}}$$

Показатель эффекта может быть выражен как в натуральных, так и в денежных величинах. Эффективная реализация предполагает превышение результата от внедрения инновации над затратами на их реализацию. В отношении

оценки эффективности таких внедрений отдельно взятого проекта действует жесткий алгоритм (рисунок 1).

Конечный финансовый результат является самым главным мерилом целесообразности

и успешности проведенных инновационных преобразований. Основные методы оценки инвестиций, отображающие экономическую эффективность инноваций, оцениваются благодаря расчету данных показателей (рисунок 2).



Чистый дисконтированный доход (NPV) – это разность между результатами и затратами на инновации за период реализации, учитывая изменение стоимости денег во времени (дисконтирование):

$$NPV = \sum_{t=0}^N \frac{CF_t}{(1+i)^t} = -IC + \sum_{t=1}^N \frac{CF_t}{(1+i)^t},$$

где i – ставка дисконтирования; j – год; a – поступления; e – выплаты; I – инвестиции;

Индекс рентабельности (PI) – это отношение доходов, дисконтированных на момент начала реализации проекта, и первоначальных инвестиций: $PI = \sum NCF_t / PI$ и ЧДД схожи. Очевидно, что если $PI > 1$, то стоит принять проект; $PI < 1$, то принимать не стоит. С помощью этого показателя можно отсортировать рассматриваемые проекты и принять наиболее выгодный вариант.

Внутренняя норма доходности (IRR) – это такая ставка дисконтирования, при которой ЧДД проекта равно нулю:

$$NPV = -IC + \sum_{t=1}^N \frac{CF_t}{(1 + IRR)^t} = 0.$$

IRR показывает ожидаемую доходность проекта и максимальные размеры затрат, которые можно выделить на него.

Срок окупаемости (PBP) – период времени, необходимый для того, чтобы доходы, генерируемые инвестициями, покрыли затраты на инвестиции. Расчет этого показателя весьма полезен, если компания имеет определенные намерения на сроки, в течение которых инвестиции окупятся по плану.

Проблемы инновационного развития предприятий в России

Проблема 1. Отсутствие законодательной базы о ведении инновационной деятельности.

Проблема 2. Недостаточное финансирование такой деятельности из-за высокой стоимости этапов создания инновационного продукта.

Проблема 3. Отсутствие техники для внедрения такого рода технологий в производство.

Проблема 4. Сопrotивление внедрению инновационных технологий из-за боязни перед неизведанным.

Проблема 5. Отсутствие специалистов в этой сфере бизнеса.

Проблема 6. Нестабильная экономическая ситуация и проблемы с маркетингом.

Проблема 7. Слабая оценка и стимулирование человеческого капитала.

Использование стратегии инновационного развития предприятия на примере альянса Renault-Nissan-АвтоВАЗ

На российском автомобильном рынке вновь появился рост после четырехлетнего

спада с потерей половины объемов. Продажи приобретенного группой Renault «АвтоВАЗа» увеличились на 17% за десять месяцев до 250 тысяч единиц. В общей сложности альянс российской компании с Renault-Nissan занимает в настоящий момент 35% рынка. Причиной являются огромные инвестиции Renault в компанию АвтоВАЗ.

В данный момент компания демонстрирует значительный рост, что является хорошим показателем для Renault, который контролирует крупнейшего российского автопроизводителя. В октябре его продажи в России возросли на 23%. В целом на российском рынке (сюда также включены легкие грузовики) наблюдается активный подъем после нескольких катастрофических лет. Число зарегистрированных легковых автомобилей возросло соответственно на 17 и 11% (до 1,28 миллиона). Данный рост наблюдается уже восьмой месяц подряд.

Результаты «АвтоВАЗа» лучше средних показателей рынка, на котором он сейчас занимает почти 20%. Renault занимает второе место на рынке автопрома, а альянс «АвтоВАЗа» с Renault-Nissan занимает 35% рынка.

За девять лет под контролем Renault российская компания проделала большую работу для исправления качества продукции, сети дистрибуции, внедрения новых моделей и замены оборудования.

Обновление производственной линейки, изменение ценовой политики, замена сборочного оборудования – все эти инновационные внедрения позволили значительно увеличить показатели и изменить ситуацию на рынке.

Заключение

Стратегическое управление нацелено на достижение ключевых целей организации и оптимизации процесса их достижения. На рынке конкуренции грамотная политика в сфере инноваций и внедрения новых технологий позволяет достичь небывалых высот. При этом не стоит забывать, что данный процесс должен быть непрерывным и зависеть от постоянно меняющейся внешней рыночной среды.

ЛИТЕРАТУРА

1 Риск – менеджмент инвестиционного проекта: учебник под ред. М.В. Грачевой и А.Б. Секерина. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. 544 с.

2 Подпругина А.Ю. Стратегия инновационного развития предприятия. 2016.

3 Виленский П.Л., Лившиц В.Н., Смоляк С.А. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Теория и практика. М.: Дело, 2010.

4 Мищенко А.В. Оптимизационные модели управления ресурсами предприятия. 2012.

5 Чернова Г., Кудрявцев А. Управление рисками. 2007.

6 Киселева И.А., Симонович Н.Е. Инновационные методы принятия решений в условиях рисков: психологические аспекты // Аграрное образование и наука. 2016. № 2. С. 35.

7 Киселева И.А., Симонович Н.Е. Принятие решений по управлению организацией в период кризиса: социально – психологические аспекты // Аудит и финансовый анализ. 2015. № 4. С. 308–311.

8 Киселева И.А., Симонович Н.Е. Инновационные методы исследования национальной безопасности // Казанский социально – гуманитарный вестник. 2012. № 3–4 (6). С. 9–10.

9 Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия: учебник, 6-е изд., перераб. и доп. М.: Инфра – М, 2011.

10 Кошкин В.И., Карпов П.А. Модульная программа для менеджеров. Антикризисное управление. М.: ИНФРА. 2012.

11 Черешкин Д.С. Управление рисками и безопасностью. М.: Издательская группа URSS, 2010. 200 с.

12 Проваленова Н.В. Жилищно-коммунальный комплекс малых муниципальных образований в системе рыночных отношений // Вестник НГИЭИ. 2017. № 3 (70). С. 66–73.

13 Шамин А.Е., Касимова Ж.В. Особенности предоставления образовательных услуг в региональных вузах // Вестник НГИЭИ. 2018. № 10 (89). С. 119–134.

REFERENCES

1 Risk – menedzhment investitsionnogo proyekta [Risk – investment project management: a textbook ed. M.V. Gracheva and A.B. Secherina]. Moscow, YUNITI-DANA, 2015. 544 p. (in Russian).

2 Podprugina A.Yu. Strategiya innovatsionnogo razvitiya predpriyatiya [The strategy of innovative development of the enterprise]. 2016. (in Russian).

3 Vilensky P.L., Livshits V.N., Smolyak S.A. Otsenka effektivnosti investitsionnykh proyektov. Teoriya i praktika [Evaluation of the effectiveness of investment projects. Theory and practice]. Moscow, Delo, 2010. (in Russian).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Ирина А. Киселева д.э.н., профессор, кафедра математических методов в экономике, Российский экономический Университет имени Г.В. Плеханова, Стремянный пер., 36, г. Москва, Россия, kia1962@list.ru

Николай Е. Симонович д.псх.н., профессор, кафедра психологии личности Института психологии им. Л.С. Выготского, Российский Государственный Гуманитарный Университет, Миусская пл., 6, г. Москва, Россия, nsimoni@mail.ru

Елена Д. Соломатина к.и.н., доцент, кафедра социально-гуманитарных дисциплин, Воронежский филиал Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, ул. Карла Маркса, 67А, Воронеж, Россия, soloha73@mail.ru

КРИТЕРИЙ АВТОРСТВА

Все авторы в равной степени принимали участие в написании рукописи и несут ответственность за плагиат

КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

ПОСТУПИЛА 21.01.2019

ПРИНЯТА В ПЕЧАТЬ 18.02.2019

4 Mishchenko A.V. Optimizatsionnyye modeli upravleniya resursami predpriyatiya [Optimization models of enterprise resource management]. 2012. (in Russian).

5 Chernova G., Kudryavtsev A. Upravleniye riskami [Risk management]. 2007. (in Russian).

6 Kiseleva I.A., Simonovich N.E. Innovative methods of decision making under risk: psychological aspects. *Agrarnoye obrazovaniye i nauka* [Agrarian education and science]. 2016. no. 2. pp. 35. (in Russian).

7 Kiseleva I.A., Simonovich N.E. Making decisions on the management of an organization during a crisis: social and psychological aspects. *Audit i finansovyy analiz* [Audit and financial analysis]. 2015. no. 4. pp. 308–311. (in Russian).

8 Kiseleva I.A., Simonovich N.E. Innovative methods of national security research. *Kazanskiy sotsial'no – gumanitarnyy vestnik* [Kazan social – humanitarian bulletin]. 2012. no. 3–4 (6). pp. 9–10. (in Russian).

9 Zaitsev N.L. Ekonomika promyshlennogo predpriyatiya [Economics of industrial enterprises: a textbook, 6th ed.]. Moscow, Infra-M, 2011. (in Russian).

10 Koshkin V.I., Karpov P.A. Modul'naya programma dlya menedzherov. Antikrizisnoye upravleniye [Modular program for managers. Crisis management]. Moscow, INFRA. 2012. (in Russian).

11 Chereskin D.S. Upravleniye riskami i bezopasnost'yu [Risk and security management]. Moscow, URSS Publishing Group, 2010. 200 p. (in Russian).

12 Provalenova N.V. Housing and communal complex of small municipalities in the system of market relations. *Vestnik NGIEI* [Herald NGIEI]. 2017. no. 3 (70). pp. 66–73. (in Russian).

13 Shamin A.E., Kasimova Z.V. Features of the provision of educational services in regional universities. *Vestnik NGIEI* [Herald NGIEI]. 2018. no. 10 (89). pp. 119–134. (in Russian).

INFORMATION ABOUT AUTHORS

Irina A. Kiseleva Dr. Sci. (Econ.), professor, mathematical methods in economics department, Plekhanov Russian University of economics, Stremyanny alley, 36, Moscow, Russia, kia1962@list.ru

Nikolai E. Simonovich Dr. Sci. (Psych.), professor, department of personality psychology institute named after L.S. Vygotsky, Russian State Humanitarian University, Miusskaya sq., 6, Moscow, Russia, nsimoni@mail.ru

Elena D. Solomatina Cand. Sci. (Hist.), associate professor, social sciences and humanities department, Voronezh branch of the Russian Economic University named after G.V. Plekhanov, Karl Marx str., 67A, Voronezh, Russia, soloha73@mail.ru

CONTRIBUTION

All authors equally took part in writing the manuscript and are responsible for plagiarism

CONFLICT OF INTEREST

The authors declare no conflict of interest.

RECEIVED 1.21.2019

ACCEPTED 2.18.2019