Оглавление

Введение

1. Теоретические основы инновационного развития предприятия

1.1 Инновация: понятие, виды, цели внедрения.

1.2 Методы внедрения инновации

1.3 Этапы инновационного процесса

1.4 Проблемы управления инновационным развитием предприятия

2. Анализ инновационной деятельности салона-парикмахерской «Королевство красоты Лик»

2.1 Экономическая характеристика предприятия

2.2 Использование инновационных технологий и их технико-экономические характеристики

3. Оценка экономической эффективности инновационных предложений.

Заключение

Использованные литературные источники

Введение

Повышение экономической роли инноваций, изменение темпов, направлений и механизмов развития инновационных процессов являются одним из ключевых факторов, обусловивших радикальные структурные сдвиги в экономике промышленно развитых и многих развивающихся стран. Они проявляются в росте инвестиций в образование и науку, технологические и организационные нововведения; опережающей динамике высокотехнологичных секторов промышленности при повышении технологического уровня традиционных отраслей хозяйства; возникновении новых видов деятельности и т.д.

Специфика инновационной деятельности:

* ориентацию на систему долгосрочных технологических приоритетов, которая формируется с учетом глобальных тенденций, внутренних социально-экономических задач, связанных с устойчивым развитием, повышением конкурентоспособности и национальной безопасности;
* поиск оптимального соотношения между масштабами прямых бюджетных дотаций и инструментами стимулирования исследований, разработок, инноваций;
* содействие инновационному развитию в широком экономическом контексте, предполагающем создание благоприятных условий, стимулирование инновационного поведения всех экономических игроков. Особое значение в этом процессе придается повышению эффективности общественных и государственных институтов, нацеленных на демонстрацию и тиражирование эффективных моделей и механизмов, разработке и использованию нестандартных методов и инструментов регулирования;
* наращивание усилий в поиске новых эффективных инструментов и форм частно-государственного партнерства. Обеспечивая и поддерживая такие альянсы, современное государство подает бизнесу «инновационные сигналы», оказывает содействие в реализации его инновационных стратегий и крупных инновационных проектов (соинвестирование, создание инфраструктуры, содействие трансферу научных результатов и технологий и др.) и одновременно добивается повышения отдачи от собственных инвестиций;
* рост интереса к сектору наукоемких услуг и нетехнологическим инновациям (организационным, управленческим, маркетинговым, потребительским), в значительной степени обусловленного признанием решающего значения информационных и коммуникационных технологий.

В последние 10—15 лет практически все промышленно развитые и новые индустриальные страны, включая Китай, стали фиксировать цели в сфере науки и инноваций в программных и стратегических документах своей политики, причем и в качественном, и в количественном выражении. Такая фиксация сама по себе является стимулом для исследовательской и инновационной активности, как в государственном, так и частном секторах.

Два принципиально важных явления оказывают ключевое воздействие на долгосрочные перспективы инновационного развития — и, соответственно, на формирование инновационных стратегий.

Во-первых, это глобализация и глобальная конкуренция, спрессовывающие время выхода на рынки, вынуждающие и компании и страны ускорять инновационные действия, все быстрее производить жизнеспособные товары и услуги. Все более активное влияние на инновационные процессы оказывает появление в мировом научно-технологическом пространстве новых глобальных игроков. Усиливается роль международного обмена технологиями, транснациональных корпораций, мобильности кадров и др. Одновременно все более инновационными становятся предлагаемые решения глобальных проблем (борьба с болезнями, энергетика, изменение климата, вода, безопасность и противостояние терроризму).

Во-вторых, это усложнение инноваций, междисциплинарный, межотраслевой характер которых делает соответствующие инвестиции все дороже и рискованней. Большинство фирм уже не могут заниматься инновациями в одиночку, поддерживать все необходимые исследования, получать информацию о рынках и др. Проблема заключается в том, как объединять усилия, привлекать знания со стороны, не теряя самостоятельности и не нанося ущерба собственным интересам.

Внимание фокусируется на открытых инновациях, обеспечивающих не только быструю окупаемость научных и инновационных затрат, но и привлечение талантливых людей с разнообразными компетенциями, нарастающая потребность в которых также является приметой сегодняшнего времени. Способность быстро меняться, гибко реагировать на полученные извне знания, применять их становится ключом к успеху инноваций и получению выгоды от тех знаний, которые создаются внутри компании.

Необходимость адаптации инновационной политики к комплексной, пространственно распределенной, меняющейся природе инноваций самым непосредственным образом затрагивает такие ее направления и инструменты, как налогообложение; поддержка развития человеческого и социального капитала; регулирование рынков труда и инвестиций; проведение исследований и разработок; демонстрация лучших практик в области стратегии развития предприятий, корпоративных финансов, управления и др.

Актуальность темы работы и её значимость связаны с необходимостью проведения эффективной инновационной политики, с целью достижения более высоких результатов хозяйствования, в частности, повышения конкурентоспособности продукции на внешних рынках.

Цель данной курсовой работы – рассмотреть и изучить инновации, как средство эффективного использования потенциала развития фирмы.

В соответствии с поставленной целью, в работе, последовательно решены следующие задачи:

1) изучение теоретических подходов, развития инновационного процесса, методов внедрения развития организации;

2) рассмотрение основных этапов перехода на инновационно-производственный путь на примере конкретной организации;

3) оценка экономической эффективности инновационных предложений данной организации.

Эти задачи и определили структуру и логику работы, которая состоит из введения, трех глав и выводов.

В первой главе рассмотрена классификация инноваций, методы внедрения инноваций, этапы инновационного процесса, проблемы управления инновационным развитием.

Во второй главе дана общая характеристика салона-парикмахерской «Королевство красоты Лик», проанализирован инновационный потенциал организации. Рассмотрена инновационная политика организации и ее экономическая эффективность.

В третьей главе дана оценка инновационной деятельности салона-парикмахерской «Королевство красоты Лик»

В качестве практической базы выбрана фирма «Королевство красоты Лик», расположенная по адресу г. Уфа 450001 пр. Октября, 13.

1. Теоретические основы инновационного развития предприятия

## 

## 1.1 Инновация: понятие, виды, цели внедрения.

Инновация возникает в результате использования результатов научных исследований и разработок, направленных на совершенствование процесса производственной деятельности, экономических, правовых и социальных отношений в области науки, культуры, образования, в других сферах деятельности общества. Этот термин может иметь различные значения в разных контекстах, их выбор зависит от конкретных целей измерения или анализа.

Инновация — это конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности. Таким образом, конечным результатом инновации является коммерческий успех.

Инновация считается осуществленной в том случае, если она внедрена на рынке или в производственном процессе. Соответственно различаются два типа технологических инноваций: продуктовые и процессные.

Продуктовые инновации охватывают внедрение новых или усовершенствованных продуктов.

Процессные инновации — это освоение новой или значительно усовершенствованной продукции, организации производства. Выпуск такой продукции невозможен при использовании имеющегося оборудования или применяемых методов производства.

Следует отметить различия американской и японской систем инноваций: в США 1/3 всех инноваций относится к процессным, а 2/3 к продуктовым; в Японии — обратное соотношение.

Классификации инноваций и их специфика

Инновации принято классифицировать по ряду признаков. Так, по степени радикальности, их значимости в экономическом развитии инновации можно подразделить на базисные, улучшающие и псевдоинновации (рационализирующие). За этим разделением стоят два различных инновационных процесса: пионерный и догоняющий. Пионерный тип означает линию на достижение мирового первенства (например, США). Догоняющий — дешевле и может дать быстрый результат (например, Япония). На этом пути создаются улучшающие (так называемые приростные) инновации, связанные с улучшением свойств существующих процессов производства и продуктов.

По направленности результатов инновации делятся на инновации в качестве научного инструментария, инновации-процессы и инновации-продукты. Существуют и другие классификации инноваций в соответствии с той ролью, которую они играют в развитии экономической системы. Классификация инноваций по степени новизны — распределение совокупности инноваций на однородные по уровню новизны группы с целью оценки их значимости. Понятие новизны инновации может относиться к продукту или технологическому процессу в целом в случае его абсолютной новизны либо только к некоторым его элементам, изменяющим функции и характеристики существующего продукта или процесса. С этих позиций выделяются виды инноваций по первому признаку классификации:

* базисные инновации, которые относятся к принципиально новым продуктам;
* улучшающие инновации, касающиеся значительного усовершенствования существующих продуктов;
* инновации, связанные с внедрением новых или в значительной степени усовершенствованных методов производства.

Следует различать инновации и несущественные видоизменения продуктов и технологических процессов (так называемые псевдоинновации) под которыми подразумеваются эстетические (в цвете, декоре и т. п.), а также незначительные технические или внешние изменения в продукте, оставляющие неизменным его конструктивное исполнение и не оказывающие достаточно заметного влияния на параметры, свойства, стоимость любого изделия и входящих в него материалов и компонентов; расширение номенклатуры продукции за счет освоения производства не выпускавшихся ранее на данном ИП (инновационном предприятии), но уже известных на рынке продуктов с целью удовлетворения текущего спроса и увеличения доходов ИП.

Классификация инноваций по степени новизны осуществляется как по технологическим параметрам, так и с рыночных позиций. С точки зрения технологических параметров инновации подразделяются на:

а) продуктовые — применение новых материалов и полуфабрикатов, а также комплектующих, получение принципиально новых функций (принципиально новые продукты);

б) процессные — новая технология производства, более высокий уровень автоматизации, новые методы организации производства (применительно к новым технологиям).

По типу новизны для рынка в составе инноваций выделяются:

* новые изделия для отрасли в мире,
* новые изделия для отрасли в стране,
* новые изделия для данного ИП (группы ИП).

Для каждой конкретной научной работы по созданию нового изделия или новой технологии можно использовать понятие жизненного цикла, определяющего последовательность прохождения инновационного проекта по отдельным стадиям и этапам. Они могут характеризоваться особенностями целей и задач, спецификой методов и средств их достижения, организационной формой и затратами на их проведение, степенью неопределенности ожидаемых результатов.

НИОКР — творческая деятельность, систематически осуществляемая с целью увеличения объема знаний, включая знания о человеке, природе и обществе, а также поиска новых областей применения этих знаний. НИОКР выступают как важнейший вид НТД и основной объект наблюдения в статистике науки, а относящиеся к ним понятия и определения занимают центральное место в рекомендациях международных статистических организаций. Научные исследования и разработки охватывают три вида работ (деятельности): ФИ, ПИ и ОКР.

Комплексный характер инноваций, их многосторонность и разнообразие областей и способов использования требуют разработки их классификации.

В табл. 1 предложен классификатор инноваций, использование которого позволит оценивать их конкретнее, полнее, объективнее, комплексно определять их результативность и направления инновационного процесса, требующие корректировки или поддержки, а также выявлять неоднородность инноваций и подбирать методы управления каждой из них, адекватные особенностям каждого инновационного процесса.

Следует остановиться на некоторых видах инноваций, различающихся по областям применения и этапам НТП:

• технические появляются обычно в производстве продуктов с новыми или улучшенными свойствами;

• технологические возникают при применении улучшенных, более совершенных способов изготовления продукции;

• организационно-управленческие связаны прежде всего с процессами оптимальной организации производства, транспорта, сбыта и снабжения;

• информационные решают задачи организации рациональных информационных потоков в сфере научно-технической и инновационной деятельности, повышения достоверности и оперативности получения информации;

• социальные направлены на улучшение условий труда, решение проблем здравоохранения, образования, культуры.

Различные виды инноваций находятся в тесной взаимосвязи и предъявляют специфические требования к инновационному механизму. Так, технические и технологические инновации, влияя на содержание производственных процессов, одновременно создают условия для управленческих инноваций, поскольку вносят изменения в организацию производства.

Таблица 1

Классификация инноваций



Приведенные классификации свидетельствуют о том, что процессы нововведений многообразны и различны по своему характеру. Следовательно, формы организации нововведений, масштабы и способы воздействия на экономику, а также методы оценки их эффективности тоже должны отличаться многообразием. Используя известные подходы к классификации инноваций, можно построить классификатор, имеющий практическое значение для создания системы управления инновациями (табл. 2).

Данный классификатор позволяет различным образом группировать инновации по тем или иным признакам в зависимости от потребностей пользователя банка данных. Например, отраслевая инновация определяет адресность управленческих воздействий. Степень радикальности инноваций определяет параметры этих воздействий. То, что инновация имеет в качестве источника идеи изобретение, позволяет оценить возможности ее коммерческой реализации. Масштаб распространения инновации зависит от вида новшества.

Таблица 2

Классификатор инноваций



Таким образом, комплексный характер инноваций, многосторонность и разнообразие областей и способов использования требуют разработки их классификации.

1.2 Методы внедрения инновации

Одно из существенных ограничений, которое должен учитывать современный руководитель, — невозможность существования организации (длительно и эффективно) без изменений. Реформирование может проводиться двумя способами:

1)медленные эволюционные изменения;

2) динамичные, резкие и за короткое время революционные изменения[[1]](#footnote-1).

К процессам совершенствования управления возможны различные подходы. И один из них — инновационный. В связи с возрастающим значением инновационной деятельности актуализируется необходимость исследования проблематики управления совершенствованием систем управления (метауправления) в качестве самостоятельной задачи развития управления[[2]](#footnote-2). Объектом управления при этом является прежде всего организационная структура управления совершенствованием, планирование совершенствования. Методологической основой метауправления становятся знания уже не столько закономерностей развития объекта управления, сколько теории и методологии управления развитием, их обогащение и творческое применение[[3]](#footnote-3).

В процессе управления развитием используются разнообразные модели. Среди них особое значение имеют модели процессов решения проблем (как общей методологической основы проблемно-ориентированного подхода к управлению развитием), а также модели внесения изменений в систему управления.

Выявление и описание проблемной ситуации дает исходную информацию для постановки задачи принятия решений. Наиболее значимые элементы описания проблемной ситуации следующие:

* основные симптомы и условия ситуации (например, прогулы, текучесть, невыполнение приказов — это симптомы более глубоких проблем);
* сущность проблемы;
* возникновение и развитие проблемой ситуации;
* актуальность и срочность решения проблемы;
* степень полноты и достоверности информации.

Проблемы могут быть квалифицированны по следующим признакам:

* По характеру достигаемых целей — экономические, социальные, организационные, технические.
* По степени влияния на производственную систему (глубине) – стратегические, текущие, оперативные.
* По степени новизны — стандартные, нестандартные.
* По степени определенности процесса решения — программируемые (алгоритмически разрешимые), не программируемые (алгоритмически неразрешимые).
* По степени структуризации — с четко определенной структурой, с плохо очерченной.

Состав проблем и их характеристики в значительной мере определяются общей постановкой задачи развития системы. Постановка задачи осуществляется на основе системного анализа и определяется ролью и местом (целевым назначением) системы и ее взаимосвязью с окружающей средой.

При этом в каждом конкретном случае в зависимости от целей исследования определяется связь окружающей среды с рассматриваемой системой по различным признакам.

Схема анализа ситуации в целях общей постановки задач развития системы приведена на рисунке 1.

Изменения в системе управления производятся с помощью трех типов моделей: планов, программ, проектов. Наиболее детальная и всесторонняя проработка системы управления возможна при использовании проектного метода. По своей сути проектирование — это процесс, упреждающий развитие, и в этом смысле оно может быть средством его ускорения.

нет

нет

да

Определение мета и роли системы и ее взаимосвязей с внешней средой

Формирование требований внешней среды к развитию системы и определение ее нормативных параметров (конечных результатов)

Исключение элемента из дальнейшего анализа и рассмотрения

Существенна ли значимость разрывов между фактическими и нормативными параметрами?

Декомпозиция системы, определение взаимосвязей составных элементов

Оценка влияния составных элементов (с учетом тенденций их развития) на каждый из параметров системы

Существенно ли влияние?

Оценка возможностей ресурсного обеспечения

Постановка задачи по развитию системы

Рисунок 1. Схема анализа ситуации

Необходимо подчеркнуть, что проектирование таких сложных систем, какой является система управления, не может быть полностью закончено к определенному моменту времени, по существу оно продолжается весь инновационный период. Сложились различные подходы к организационному проектированию. Например, предложено рассматривать эти подходы по следующим направлениям[[4]](#footnote-4):

* проектирование системы управления как задача «синтеза культуры» из некоторых первичных элементов;
* проектирование как задача «рационализации технологии организационных процессов»;
* проблема совершенствования организации как задача «организационных изменений»;
* задача «ситуационного выбора» характеристик организационной системы.

Существует несколько методов, которые применяются при внедрении инноваций:

1. Принудительный метод. Предусматривает использование силы для преодоления сопротивления со стороны персонала. Это дорогостоящий и нежелательный процесс в социальном плане, но дающий преимущества во времени стратегического планирования. Используется в условиях резкого дефицита времени и только в тех случаях, когда природа сопротивления ясна и откровенного проявления силы не требуется.

2. Метод адаптивных отклонений. В рамках этого подхода стратегические изменения происходят путем постепенных незначительных перемен в течение длительного периода. Процессом руководит не высшее начальство, а специально созданная проектная группа. В любой конкретный момент сопротивление, хотя и слабое все же будет. Конфликты разрешаются путем компромиссов, сделок и перемещений в руководстве. Данный метод полезен при том состоянии внешней среды, когда опасность или благоприятные возможности легко предвидеть, и поэтому особой срочности в принятии мер нет. В случае чрезвычайных событий во внешней среде метод может быть неэффективен.

3. Управление кризисной ситуацией. Метод может быть использован в ситуации, когда администрация находится в кризисной ситуации, например, изменения во внешней среде угрожают ее совершенствованию и она оказалась в жестоком цейтноте.

4. Управление сопротивлением. Если принудительный и адаптивный методы являются крайними мерами проведения изменений, то этот метод промежуточный и может быть реализован в сроки, диктуемые развитием событий во внешней среде. Продолжительность процесса изменений должна учитывать имеющееся время. С нарастанием срочности этот метод приближается к принудительному, с уменьшением срочности — у адаптивному методу осуществления изменений.

Таблица 3

Сравнение методов внедрения инноваций

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Метод | Условия применения | Преимущества | Недостатки |
| Принудительный | Большая срочность | Быстрота изменений | Большое сопротивление |
| Адаптивный | Небольшая срочность | Слабое сопротивление | Медленность |
| Кризисный | Угроза существования | Слабое сопротивление | Жесткий дефицит времени. Риск неудачи |
| Управление сопротивлением | Средняя срочность | Подгонка к моменту | Сложность |

## 1.3 Этапы инновационного процесса

Под инновационным процессом понимается последовательная цепь событий, в ходе которых инновация вызревает от исследований и разработок новой технической идеи до практического внедрения созданного на ее основе новшества. Поэтому необходима целостная система управления инновациями.

Для того чтобы лучше понять суть инновационного процесса и его отличия от обычной текущей деятельности, можно воспользоваться следующей таблицей.[[5]](#footnote-5)

Таблица 4.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Параметры | Инновационный процесс | Текущая деятельность |
| Цель | Удовлетворение новой потребности | Удовлетворение сложившейся потребности |
| Риск | Высокий | Низкий |
| Тип процесса | Дискретный | Непрерывный |
| Управляемость | Низкая | Высокая |
| Результат для системы | Переход на новый уровень | Сохранение на прежнем уровне |
| Отношение к текущим интересам участников | Противоречит | Соответствует |

Инновационный процесс состоит из нескольких этапов.[[6]](#footnote-6)

1. Фундаментальные исследования. Фундаментальные исследования, сбор и систематизация информации по соответствующей проблеме о потребностях и тенденциях развития. Целью этого этапа является осознание потребности и возможности изменений, познание явлений окружающего мира и открытие новых закономерностей его развития, генерирование перспективных идей, их отбор и разработка, определение возможности реализации. Он делится на теоретический и поисковый; в результате первого формируются новые научные подходы к проблеме и теории; в результате второго – новые принципы создания изделий и технологий.

2. Прикладные исследования. Прикладные исследования, направленные на определение способов применения результатов предыдущего этапа и их уточнение. Они могут быть теоретическими и экспериментальными, связанными с созданием моделей. Здесь происходит разработка лабораторных технологий и методов испытаний, изготовление и испытание макетов и образцов новых изделий, нестандартного оборудования. Затем производятся специальные расчеты для оценки и последующей корректировки исследований, второй отсев неперспективных идей. Конечным результатом этого этапа является техническое задание, рекомендация, образец.

3. Опытно - конструкторские разработки. Опытно - конструкторские разработки направлены на создание новых образцов, прошедших испытание и пригодных для производственного и коммерческого использования. Их стадиями являются:

* разработка заказчиком технического задания, определяющего основные требования к изделию, - принципы работы, конструктивные особенности, габариты, вес, КПД, цену;
* формулировка предложений, содержащих техническое и технико-экономическое обоснование целесообразности создания изделия;
* изготовление эскизного проекта, содержащего чертежи общего вида, принципиальные схемы, расчет основных эксплуатационных показателей, который позволяет решать вопросы о целесообразности дальнейшей работы над изделием;
* подготовка на основе эскизного проекта общего вида конструкции в целом и всех узлов, наиболее сложных деталей, пояснительной записки с технико-экономическим обоснованием, расчет эксплуатационных издержек;
* создание рабочего проекта, содержащего полное описание конструкции объекта и включающего всю документацию, необходимую для его изготовления, монтажа и эксплуатации;
* изготовление, испытание, доводка опытного образца.

4. Освоение производства нового изделия. Освоение производства нового изделия. Этот этап предполагает оценку рыночных перспектив, финансовых возможностей, соответствия стандартам, обеспеченности патентной защиты, еще один отсев неперспективных вариантов, разработку и проектирование технологических и организационных процессов, подготовку производственных мощностей, сбытовой сети, и наконец, освоение выпуска новой техники, ее массовый выпуск и сбыт, содействие в монтаже, вводе в эксплуатацию, распространение нововведения, тиражирование и многократное повторение на других объектах. Одновременно с производством инновационный процесс включает потребление.

Таким образом, инновационный процесс охватывает цикл от разработки идеи до ее реализации на коммерческой основе.

Понятие, виды и результат инновационной деятельности. Основу инновационного процесса составляет инновационная деятельность, связанная с трансформацией идей, результатов научных исследований и разработок в новый или усовершенствованный продукт, внедряемый на рынок или в производство. Она предполагает осуществления целого комплекса научных, технологических, организационных, финансовых, коммерческих мероприятий, направленных на создания и внедрение новшества.

Выделяют следующие виды инновационной деятельности: подготовка и реализация производства, его освоение, маркетинг и реклама новых продуктов, приобретение вещественных и невещественных технологий, патентов, лицензий, торговых марок, ноу-хау; производственной проектирование.

Результатом инновационной деятельности на этапах фундаментальных, поисковых, прикладных исследований и разработок является интеллектуальный продукт, становящийся объектом интеллектуальной собственности и товаром.

На этапе фундаментальных исследований это – научные знания, теории и открытия; на этапе прикладных исследований – результаты НИР; на этапах проектных, конструкторских, технологических работ – научно-технические проекты в области создания наукоемких, инжиниринговых систем с кадровым сопровождением; опытные образцы и установочные партии новой техники и новых материалов, изготовленные по результатам выполненных НИОКР.

Результатом инновационной деятельности можно считать также:[[7]](#footnote-7)

* мелкосерийную и малотоннажную продукцию, изготовленную на экспериментальной базе ВУЗов и НИИ;
* программную продукцию;
* научно-производственные услуги с использованием уникальной аппаратуры;
* услуги в области информатики, информационного, метрологического, патентно-лицензионного обеспечения НИОКР и производства;
* консалтинговые услуги;
* хорошее знание и эффективное использование рыночных возможностей.

## 

## 1.4 Проблемы управления инновационным развитием предприятия

Инновационная деятельность - неотъемлемая составляющая развития современного предприятия. Ежедневно на мировом рынке появляется масса новых товаров и услуг, но продолжительность жизни части из них очень коротка. Они не признаются покупателями и так же мгновенно исчезают с рынка, как и появились. Это означает, что они не состоялись как инновации, хотя представляли собой новые продукты, основывавшиеся на интересных и оригинальных идеях.

Общеизвестно, что товары, технологии имеют ограниченный срок жизни. Большинство предприятий уделяет большое внимание продлению жизненного цикла товаров. Ими руководит желание получить максимальную отдачу на вложенный капитал. Однако предприятие рискует упустить момент, когда ему следует прекратить выпуск устаревшего товара и выделить ресурсы для создания нового. Ситуация усугубляется тем, что в современных условиях смена продукции происходит гораздо быстрее, чем это было 15–20 лет назад.

Ограниченный период «жизни» товара означает, что фирме необходимо эффективно организовать продажи производимых товаров на каждом этапе их жизненного цикла с учетом морального старения и своевременно разрабатывать новые продукты. Обеспечение баланса между совершенствованием существующих и разработкой новых товаров является важной, но чрезвычайно трудной задачей для любой фирмы.

Инновационная деятельность в силу ее свойств должна быть организована отдельно от основных производственных процессов. Она должна иметь собственный бюджет, особое управление. В любом случае необходимо стремиться к обеспечению организационной гибкости инновационного предприятия. В некоторых компаниях исследователи и специалисты легко переходят из проекта в проект, обеспечивая расширение или сокращение масштаба работ. Как показывает анализ отечественной и зарубежной практики, общее руководство производством и инновационной деятельностью лишает предприятие будущего. В этом случае руководитель всегда отдает предпочтение текущим делам, так как они обеспечивают поступление средств от реализации продукции. Поэтому одним из основных организационных принципов инновационной деятельности является создание автономной группы или команды, которая должна действовать вне существующей структуры управления текущим производством.

Точно так же из общей сметы производства должны быть выделены финансы, предназначенные для инновационной деятельности. Это связано с тем, что средства на разработку новой продукции представляют собой затраты, отдача от которых будет получена лишь в будущем. Следовательно, руководители фирмы будут стремиться сократить их при первой возможности. Инновационная деятельность должна финансироваться самостоятельно. Более того, необходимо обязательно резервировать средства на реализацию проекта, иначе в нужный момент их может не оказаться и инновационный процесс затормозится. В конечном счете, подобное промедление может привести к потере конкурентоспособности предприятия.

При создании инноваций следует ориентироваться не на продукт, а на рынок, то есть на удовлетворение конкретных потребностей. Ориентация на продукт характерна для деятельности многих исследователей и разработчиков. Идеи новых продуктов базируются на накопленном опыте их работы и логике развития исследований. Совершенствование продукта или создание нового, исходя из собственных стремлений разработчиков, вне ориентации на рынок, ведет к провалу проекта. Ошибочная ориентация при разработке нововведений на краткосрочную выгоду, что выражается в неприятии риска и неопределенности. Прогнозирование инноваций представляет собой сложный, противоречивый, связанный с различными рисками процесс. Возникающие трудности связаны с воздействием следующих факторов:

• изменение спроса на новую продукцию. При создании новых товаров организация осуществляет определенные затраты на НИОКР, и чем меньше будет спрос на продукцию, тем дороже она будет для покупателей в силу значительных расходов на исследования и разработки;

• изменение цен на данную продукцию и, соответственно, прибыли. Может произойти под влиянием резкого повышения требований к экономической и экологической безопасности, изменения цен на сырье и материалы;

• объем собственных издержек. Невозможность полного учета собственных издержек на инновационную продукцию обусловлена такими факторами, как непредвиденные расходы на дополнительные исследования, повышение цен со стороны поставщиков комплектующих, рост заработной платы, арендных платежей, тарифов. Следовательно, предприятию необходимо вводить определенный поправочный коэффициент;

• в современных условиях учет действий конкурентов зависит от размеров предприятия и степени наукоемкости его продукции. Чем больше предприятие, тем меньше у него рыночных соперников. Небольшим предприятиям сложнее учитывать действия конкурентов.

Инновации как объект управления требуют ресурсного обеспечения. Для разработки и выведения на рынок нового продукта необходимы научные,

проектно-конструкторские, технологические, маркетинговые и другие подразделения. Требования современного рынка к качеству и представлению новой продукции очень высоки и их успех обеспечивается применением разнообразных знаний.

Инновации требуют соответствующего обеспечения, которое можно подразделить на информационное, технологическое, финансовое и кадровое. Информационное обеспечение инноваций представляет собой сложный, противоречивый процесс. С одной стороны, необходима как можно более полная информация о состоянии дел в определенных сферах науки и техники, а с другой — требуется максимально сократить объем информации по собственным разработкам.

Для информационного обеспечения инноваций на предприятии необходимо иметь группу специалистов, которые на основе изучения продукции конкурентов могли бы обеспечить руководство информацией о ее

качестве, возможностях модернизации, собственных товарах и ориентировочных издержках. Технологическое обеспечение инноваций подразумевает соответствующую техническую базу для проведения работ по

конструированию, изготовлению опытных образцов и отладке технологий. К сожалению, опыт реформ в России, с точки зрения технического обеспечения инновационного процесса, во многом является отрицательным. Наибольший урон был нанесен в результате ликвидации научно-производственных объединений, имевших достаточную для осуществления инноваций техническую базу. Сложившееся положение требует принятия кардинальных шагов по восстановлению и повышению конкурентоспособности отечественной инновационной продукции на мировом рынке.

Одним из важнейших вопросов инновационной деятельности является проблема ее организации, управления нововведениями.

Многие предприятия пытаются в том или ином виде осуществлять инновационную деятельность самостоятельно, через создаваемые специально для этого дочерние структуры или инновационные центры, призванные способствовать продвижению и использованию инновационной продукции.

Приглашаются на работу специалисты, разбирающиеся в патентно-лицензионной деятельности, охране интеллектуальной собственности и прочих компонентах, необходимых для коммерческого использования инноваций.

Казалось бы все сделано правильно, остается только получать доход от самой инновационной деятельности. Однако, как правило, так не получается. В чем же дело? Причина, как правило, кроется в устаревшей системе управления инновационной деятельностью.

Инновации – это не только использование высоких технологий, но и изменение в сфере управленческих решений. Для реализации большинства стоящих перед предприятием задач необходима реорганизация системы управления предприятием на основе новых управленческих технологий. Предприятие, намеревающееся работать гибко, неизбежно приходит к необходимости использования инновационных подходов. Суть его – в создании такой структуры управления компанией, в которой персонал встроен в своеобразный конвейер (бизнес-процесс), обеспечивающий качественное изготовление выпускаемого продукта. Достигается это за счет организационных мер.

Важная роль в построении такой системы принадлежит методологии управления проектами. Для этого необходимо разработать систему управления, основа которой – разбивка сложного процесса на простые компоненты на основе проектного подхода и выстраивание своеобразного управленческого “конвейера”. Это дает значительный эффект: работа превращается в целенаправленное движение, снижаются требования к квалификации персонала, резко возрастает производительность труда, сокращается количество ошибок. Для реализации такого подхода необходимо разработать эффективную организационную структуру, систему управления финансами, сформировать службу маркетинга, обеспечить документооборот, т. е. детально сформулировать правила работы предприятия, в основных чертах общие для всех компаний инновационной направленности.

Для каждого конкретного случая понадобится лишь корректировка (в большинстве случаев – незначительная), “настройка” системы на конкретный бизнес. Предлагаемая схема напоминает схему франчайзинга. Разница лишь в том, что не передается торговая марка, а делегируются важнейшие функции от маркетинга до производства. Скорее даже передается структура системы управления компании, выстроенная и опробованная в конкретном бизнесе.

В подобной структуре трудно осуществлять убыточные проекты – экономическая эффективность каждого инновационного проекта рассчитывается и планируется, а результат затем сравнивается с плановыми показателями.

Примером такого конвейера служит созданная в компании “ТЕХНОКОНСАЛТ” система поиска и продвижения российских технологий. Очевидно, что процесс продвижения сотен технологий обходится очень дорого.

Именно поэтому была разработана технология продвижения, основанная на проектном подходе. Обеспечивается полный цикл работ: от отбора перспективных проектов до создания компании со всей внутренней структурой “под ключ” и мониторинга процесса развития и внесения необходимых корректировок. Такой работающий по единым правилам конвейер обеспечивает минимизацию управленческих издержек инвестора. Подчеркивается, что инновационное развитие предприятия нужно проектировать так же, как и любую систему.

Следует 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. Только так можно рассчитывать на успех.

# 2. Анализ инновационной деятельности салона-парикмахерской «Королевство красоты Лик»

## 

## 2.1 Экономическая характеристика предприятия

Адрес парикмахерского салона г. Уфа 450001 пр. Октября, 13

Салон предоставляет весь спектр услуг:

* Парикмахерские услуги по технологии L’oreal Professionel, Уход и лечение волос и кожи головы, наращивание волос.
* Все виды маникюра и педикюра, spa-уходы за руками и ногами, моделирование ногтей.
* Весь комплекс косметологических услуг от Selvert Termal, СRISTINA, в том числе автозагар и процедуры по уходу за телом (Dermosonic).
* Салон является официальным дистрибьютором профессиональных средств по уходу за волосами Sebastian.
* Бесплатная консультация дерматокосметолога

Парикмахерские услуги.

Sebastian - линия, которой успешно пользуются голливудские звезды. Она сочетает в себе палитру модных оттенков, глубокое увлажнение, питание и естественный блеск волос.

Эксклюзивные прически, креативные стрижки, стрижки "горячими ножницами", все виды химических завивок, выпрямление волос, мелирование и колорирование.

Окрашивание волос производится продукцией Wella.

* Наращивание волос и ресниц, шелковых и пучковых. Украшение стразами. Химическая завивка ресниц.
* Наращивание ногтей гелем и акрилом.
* Маникюр и педикюр: аппаратный, классический, SPA (Gehwol). Парафинотерапия кистей и стоп.
* Мужская и женская депиляция волос. Бикини-дизайн.
* Профессиональный автозагар.
* Вертикальный турбосолярий.
* Все виды макияжа.
* Перманентный татуаж.

Косметологические услуги.

Программы безоперационного омоложения кожи лица и тела.

* Идеальная кожа! Программы Anti-Age, обновление кожи (Cellcosmet, Selvert Thermal, Cristina).
* Восстановление контуров лица, шеи, губ.
* Пилинги (Cristina) на основе растительных экстрактов, кислот и ретинола. Обеспечивают отшелушивание рогового слоя эпидермиса, осветление кожи, устраняют пигментацию, стимулируют фиброобласти для производства коллагена и эласт, разглаживают мелкие морщины.
* Ультразвуковой пилинг на аппарате Skin Master.
* Безигольная мезотерапия на аппарате Oxy DET (введение омолаживающих сывороток под воздействием кислорода).
* Мгновенная биоревитализация препаратами на основе гиалуроновой кислоты (IAL-system, Syrgilift, AcHyd).

Коррекция фигуры.

Виды массажа

* Вакуумный массаж с ультразвуком на аппарате DERMOSONIC. Обеспечивает лечение фиброзного целлюлита, предупреждает появление растяжек, способствует моделированию силуэта, снижению веса, выведению токсинов и шлаков).
* Антистрессовый массаж. Снимает мышечное напряжение, выводит излишки жидкости, восстанавливает упругость тканей. Периодическое применение способствует многоуровневому оздоровлению организма.
* Стоун-массаж горячими камнями. Это мощное средство релаксации, восстановления эмоционального и биологического равновесия в организме, оказывающее заметное омолаживащее действие.
* Антицеллюлитный массаж. Способствует разрушению и сжиганию накопившихся жиров, улучшает эластичность, повышает упругость, выравнивает рельеф поверхности кожи.

## 

## 2.2 Использование инновационных технологий и их технико-экономические характеристики

Для обоснования актуальности нововведений, необходимо произвести общий анализ состояния дел салона красоты. Для этого необходимо ответить на ряд вопросов.

1. В каком положении находится предприятие с точки зрения:

* прибыльности;
* социального развития;
* психологического климата в коллективе;
* возможности применения опережающей стратегии.

2. Какие изменения в производственной и управленческой системах предприятия необходимы:

* укрупнение производственных подразделений;
* диверсификация производства (в каких направлениях);
* сокращение численности;

В настоящий момент предприятие достаточно прибыльно, но внедрение определенных новшеств, позволило бы повысить показатели прибыльности, в частности, это рекомендации по поводу создания собственного мастер-класса, что позволило бы при минимальных затратах на обучение, получить высококвалифицированных специалистов при небольшой заработной плате.

Внутри организации стабильная социально-психологическая обстановка, однако до некоторого времени применяемая нормированная, средняя оплата труда вызывала ряд достаточно жестких конфликтных ситуаций.

Необходимо расширение списка предоставляемых услуг, в частности, это услуги в области дизайна макияжа, татуажа и использования новых технологий в области косметологии.

За период 2007-2009гг. в салоне были внедрены дополнительные услуги по художественной окраске волос, коррекции фигуры и некоторые другие. Все изменения были произведены с привлечением мнения квалифицированного персонала, внедрение новых услуг в сервис позволили повысить степень доходности салона – красоты, привлечь дополнительных клиентов и расширить перечень потенциальных направлений для последующего развития салона.

Основная область внедрения инновационных проектов в организации:

* услуги, представляемые клиентам;
* организационная структура;
* система управления.

Очевидно, что внедрение новшеств в одной области, влечет за собой изменения и в другой. Рассмотрим некоторые моменты внедрения нововведения в предприятие и некоторые проблемы, возникающие при этом.

Обязательность привлечения сотрудников к процессу изменений ни в коей мере не отрицает проявления лидерства. Более того, изменения не могут привести к позитивным сдвигам, если они не направляются из единого центра. Нагрузка на управление при этом возрастает, поскольку организация вынуждена функционировать в экстремальном режиме.

Руководителю необходимо принимать компетентное решение в короткие сроки и оно должно поддерживаться подчиненными. Если работать над решением всем вместе, поддержка будет более полная, но на это может уйти слишком много времени. Если принимать решение самостоятельно, оно появится быстро, но не всегда будет опираться на поддержку. В некотором смысле длительные обсуждения, в которых задействованы многие сотрудники, могут считаться показателем некомпетентности самого руководителя.

В «Королевство красоты Лик» нашли выход из данного противоречия в следующем: соотношения коллегиальности и лидерства различны в зависимости от этапов введения изменений.

Примером может служить ситуация, когда в слоне возникла комплексная проблемная ситуация, требующая изменения приоритетов развития. Проблема носила двойственный характер, так как, во-первых, сложился определенный комплекс услуг, предоставляемый клиентам в нескольких сегментах рынка, во-вторых, структура управления оставалась неизменной несколько лет, и руководство почувствовало необходимость реформ в нескольких подразделениях.

Психологическая и социальная проблемы заключались в том, что руководители понимали необходимость участия в реформах ведущих сотрудников, и в то же время руководству не хотелось терять контроль над ситуацией. То есть потребовалась такая ситуация, когда процедура принятия решения включала бы в себя и принятие решения с участием менеджеров, но окончательное решение бы принималось руководящим составом.

В результате опроса, который проводился среди ведущих сотрудников «Королевство красоты Лик» и касающегося основных проблем его функционирования и дальнейшего развития было выявлено следующее:

1. Наиболее перспективными направлениями деятельности «Королевство красоты Лик», которые могли бы сформировать более эффективное продвижение организации на рынке косметических услуг, являются:

* развитие дизайна линии татуаж и введение новых услуг для клиентов;
* привлечение профессиональных дизайнеров в области макияжа;
* организация мастер-класса, для обучения будущих сотрудников «Королевство красоты Лик»;
* внедрение новых технологий в области косметических услуг.

2. Внедрение новых технологий в «Королевство красоты Лик» сдерживалось тем, что не было достаточного количества требуемых высококвалифицированных специалистов в данных областях.

3. Опрошенные специалисты подтверждали неудовлетворенность нынешним состоянием дел в «Королевство красоты Лик». Подчеркивалось, что нынешняя система управления салоном во многом устарела и не отвечает современным условиям. Усилия по реорганизации наибольшими должны быть в таких подразделениях, как маркетинговая служба, повышение квалификации, внедрение новых технологий, предоставление новых услуг.

4. Итоговый показатель перспективности изменений (Р) равен частному от деления S1 на S2. Размер Pi выражает прогноз эффективности изменений в i-том подразделении.

Таблица 4

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Параметры | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Линия татуаж | 25 | 35 | 38 | 98 | 40 | 28 | 68 | 1,4 |
| Дизайн макияжа | 46 | 41 | 41 | 128 | 33 | 31 | 64 | 2,0 |
| Сервис предоставляемый клиентам | 30 | 40 | 28 | 98 | 40 | 28 | 68 | 1,4 |
| Технологические линии в области косметологии | 46 | 39 | 58 | 143 | 28 | 27 | 55 | 2,6 |
| Квалификация персонала | 44 | 44 | 34 | 122 | 13 | 6 | 19 | 6,4 |
| Обучение персонала | 20 | 25 | 60 | 105 | 48 | 59 | 107 | 0,9 |
| Дизайн причесок, стрижки, окраска волос | 30 | 21 | 31 | 82 | 6 | 8 | 14 | 5,8 |
| Коррекция фигуры | 30 | 10 | 19 | 59 | 5 | 10 | 15 | 3,9 |
| Реклама | 34 | 18 | 21 | 73 | 41 | 45 | 86 | 0,8 |
| Учебный центр | 56 | 36 | 60 | 152 | 39 | 42 | 81 | 1,9 |

Оценка перспективности и сложности преобразований ряда направлений деятельности «Королевство красоты Лик»

1 - Престиж

2 - Удовлетворение клиентов

3 - Перспективность

4 - Сумма баллов (S1)

5 - Потребность в специалистах

6 - Усилия на реорганизацию

7 - Сумма баллов (S2)

8 - Итоговый показатель перспективности P=S1/S2

Сравнительный анализ ответов позволил выявить четыре различающихся группы подразделений «Королевство красоты Лик»:

К первой группе могут быть отнесены подразделения наиболее перспективные и нуждающиеся в максимальных усилиях для улучшения их работы:

* Линия татуаж;
* Дизайн макияжа;
* Технологические линии в области косметологии;
* Обучение персонала;
* Создание собственного учебного центра.

Ко второй группе — подразделения с разной степенью перспективности, но в общем не нуждающиеся в значительных преобразованиях: сервис, предоставляемый клиентам и отдел рекламы.

К третьей группе относят подразделения, нуждающиеся в реорганизации, однако уровень их перспективности позволяет не спешить с их реорганизацией: Коррекция фигуры, дизайн причесок, стрижки, окраска волос.

В четвертую группу отнесли области, в которых при минимальных усилиях на реорганизацию могут быть достигнуты наиболее перспективные результаты — квалификация персонала.

Основные решения руководством фирмы были приняты в отношении отделов, вошедших в первую и четвертую группу. Сотрудники фирмы широко обсуждали мнения руководства, уточняли и дополняли их. Все это существенно облегчило руководству процесс принятия окончательного решения.

Таким образом, процесс психологического принятия сотрудниками изменений в ограниченные сроки может быть облегчен путем выделения нескольких этапов его введения и привлечения сотрудников на начальном этапе к подготовке решений об изменениях.

В условиях динамично развивающейся деятельности «Королевство красоты Лик» потребовалось внедрить новые методы оценки квалификации и труда сотрудников.

Непосредственно в отделе, занимающимся обслуживанием клиентов работает 11 человек, 10 мастеров и 1 консультант. Содержание работы мастера состоит из нескольких основных технологий — оказание услуг клиентам и обработка новых технологий. Традиционно все мастера получают примерно одинаковый оклад, который может быть уменьшен по решению руководства, в случае неудовлетворенности клиентов работой мастера.

Такая система, при которой более квалифицированный сотрудники получают примерно одинаковый оклад по сравнению с менее квалифицированными сотрудниками привела к тому, что некоторые из мастеров перегружены работой, остальные же не вырабатывают даже положенного средними нормативами времени. В такой ситуации также возникают межличностные конфликты, так как работники выясняют отношения по поводу того, кто сколько сделал за неделю.

В сложившейся ситуации было принято решение об изменении принципов оплаты труда дизайнеров. Суть новшества должна была состоять в отказе от принятого среднего уровня заработной платы для мастеров и переходе к большей дифференциации оплаты на основе аттестации персонала. Для этого необходимо было выработать критерии оценки труда мастеров, для их аттестации.

Наиболее реалистичной является процедура оценки, основанная на сравнении нескольких независимых источников:

* измерения выработки сотрудников;
* тестирование по одной или нескольким методикам;
* перекрестного оценивания сотрудниками друг друга;
* их оценки менеджером;
* оценки работы сотрудников клиентами «Королевство красоты Лик».

Для сведения пяти групп полученных оценок в одну имеет смысл перевести полученных числовые значения в ранги, что позволит воссоздать общую картину деловых успехов сотрудников.

Критерии оценки сотрудников:

профессионализм;

трудолюбие (исполнительность);

стремление к самообразованию;

сервис (качество обслуживания клиентов);

лояльность фирме.

В процессе аттестации была использована пятибалльная шкала, независимые источники. Полученные данные были сведены в таблицу 5.

Таблица 5

Результаты оценивания профессиональных качеств сотрудников

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Сотрудники | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Итог оценок | Тест |
| 1 | +3 | 0 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 26 | 5 |
| 2 | +2 | 0 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 | 1 |
| 3 | 0 | +1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 22 | 4 |
| 4 | +1 | +1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 22 | 2 |
| 5 | +0,5 | 0 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21,5 | 3 |
| 6 | -1 | 0 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 20 | 6 |
| 7 | +1 | +1 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 20 | 9 |
| 8 | +0,5 | 0 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 19,5 | 7 |
| 9 | 0 | -1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 17 | 6 |
| 10 | 0 | -2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 12 | 8 |

1 – Оценки клиентов

2 – Оценки коллег

3 – Профессионализм

4 – Трудолюбие

5 – Лояльность

6 – Самообразование

7 – Уровень сервиса

Все оценки обследования были положены в основу определения базового оклада. Сотрудники, занявшие более высокие места, были аттестованы на звание «ведущий специалист» и получили более высокий оклад. Кроме того, измерялась реальная производительность труда сотрудников, на базе которой была построена единая недельная норма выработки.

3. Оценка экономической эффективности инновационных предложений

Таблица 6. Данные для оценки инновационной активности предприятия «Королевство красоты Лик»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Условное обозначение | 2007г. | 2008г. | 2009г. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Численность персонала, занятого в сфере НИР и ОКР (внедрение инноваций), чел. | Чн | 3 | 4 | 6 |
| 2. Средняя численность персонала, чел. | Чс | 14 | 16 | 19 |
| 3. Стоимость внедренных в текущем году основных фондов, тыс.руб. | ОФн | 107 | 148 | 175 |
| 4. Среднегодовая стоимость основных фондов предприятия, тыс.руб. | ОФсг | 386 | 423 | 464 |
| 5. Выручка от продажи новой продукции или продукции с использованием новой технологии, тыс. руб. | Вн | 567 | 645 | 704 |
| 6. Выручка от продажи всей продукции, тыс. руб. | В | 1067 | 1094 | 1105 |
| 7. Стоимость материальных ресурсов, используемых для НИР и ОКР, тыс. руб. | Мн | 453 | 596 | 631 |
| 8. Общая стоимость материальных ресурсов, тыс. руб. | М | 1063 | 1086 | 1097 |
| 9. Интеллектуальная собственность предприятия, тыс. руб. | Си | 78 | 83 | 89 |
| 10. Сумма нематериальных активов, тыс. руб. | Анм | 107 | 110 | 112 |
| 11. Стоимость инвестиционных проектов инновационного характера, тыс. руб. | ИПи | 164 | 183 | 198 |
| 12. Общая стоимость всех инвестиционных проектов предприятия, тыс. руб. | ИП | 537 | 572 | 590 |

Выполним расчеты инновационной активности предприятия «Королевство красоты Лик» по данным таблицы 6.

1. Доля сотрудников (Кн), занятых в научно-исследовательских и опытно-конструкторских работах.

Кн = (Чн/Чс)\*100%

Кн2007 = 3/14\*100% = 21,43%

Кн2008 = 4/16\*100% = 25%

Кн2009 = 6/19\*100% = 31,58%

Рассмотрев тенденцию роста показателя доли сотрудников, занятых в инновации, можно сказать, что предприятие заинтересованно в данной инновации и с каждым годом задействует в ее исполнении все больше работников.

2. Уровень освоения новой техники (Кнт)

Кнт = (ОФн/ ОФсг)\*100%

Кнт2007 = 107/386\*100% = 27,72%

Кнт2008 =148/423\*100% = 35%

Кнт2009 = 175/464\*100% = 37,71%

Данный показатель указывает на то, что «Королевство красоты Лик» для внедрения нововведений использует новое оборудование и успешно его осваивает.

3. Степень освоения новой продукции (Пн)

Пн = (Вн/В)\*100%

Пн2007 = 567/1067\*100% = 53,14%

Пн2008 = 645/1094\*100% = 58,96%

Пн2009 = 704/1105\*100% = 63,71%

Показатель Пн говорит о доле выручки от реализации новой продукции в общей прибыли организации.

4. Доля материальных ресурсов предприятия, используемых для НИР и ОКР (М)

М = (Мн/ΣМ)\*100%

М2007 = 453/1063\*100% = 42,62%

М2008 = 596/1086\*100% = 54,88%

М2009 = 631/1097\*100% = 57,52%

5. Степень обеспеченности предприятия интеллектуальной собственностью (Ки)

Ки = (Си/Анм)\*100%

Ки2007 = 78/107\*100% = 72,9%

Ки2008 = 83/110\*100% = 75,45%

Ки2009 = 89/112\*100% = 79,46%

Данный показатель указывает на долю интеллектуальной собственности в общей сумме нематериальных активов предприятия.

6. Инновационный потенциал компании (ПИ)

ПИ = (ИПи/ИП)\*100%

ПИ2007 = 164/537\*100% = 30,54%

ПИ2008 =183/572\*100% = 32%

ПИ2009 =198/590\*100% = 33,56%

Показатель инновационного потенциала предприятия отражает долю инвестиционных проектов инновационного характера в общей стоимости всех инвестиционных проектов.

Результаты расчета инновационной активности предприятия «Королевство красоты Лик» представлены в таблице 7.

Таблица 7

Результаты расчета инновационной активности предприятия «Королевство красоты Лик», %

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2007г. | 2008г. | 2009г. | Изменения, +,- | Темп роста, % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Доля сотрудников (Кн), занятых в научно-исследовательских и опытно-конструкторских работах. | 21,43 | 25 | 31,58 | +10,15 | 147,4 |
| Уровень освоения новой техники (Кнт) | 27,72 | 35 | 37,71 | +9,09 | 136 |
| Степень освоения новой продукции (Пн) | 53,14 | 58,96 | 63,71 | +10,57 | 119,9 |
| Доля материальных ресурсов предприятия, используемых для НИР и ОКР (М) | 42,62 | 54,88 | 57,52 | +14,9 | 135 |
| Степень обеспеченности предприятия интеллектуальной собственностью (Ки) | 72,9 | 75,45 | 79,46 | +6,56 | 109 |
| Инновационный потенциал компании (ПИ) | 30,54 | 32 | 33,56 | +3,02 | 110 |

Результаты расчета инновационной активности предприятия «Королевство красоты Лик» позволяют сделать следующие выводы: в период 2007-2009гг. на данном предприятии увеличилась доля сотрудников, занятых во внедрении НИР и ОКР, увеличивается уровень освоения новой техники, степень освоения новой продукции, доля материальных ресурсов предприятия, используемых для НИР и ОКР, степень обеспеченности предприятия интеллектуальной собственностью, а также повысился инновационный потенциал.

Заключение

Экономический рост в значительной мере обусловлен воздействием на него многих факторов, в том числе и таких, как количество и качество природных ресурсов, их доступность для использования, объем и качественные параметры основного капитала, уровень технологии, восприимчивость к новым технологическим системам, наличие трудовых ресурсов, их образовательные и квалификационные характеристики, спрос на производимые товары и способность к полному использованию расширяющегося объема ресурсов, способность распределения в национальном хозяйстве имеющихся ресурсов для получения максимального количества высококачественной продукции и др. Для эффективного воздействия каждого из этих факторов необходимо освоение достижений научно-технического прогресса при внедрении инноваций, которые обеспечивают создание новшеств и их практическую реализацию в виде нового товара, вложения средств, обеспечивающих смену поколений техники и технологии, эффективное использование этих новшеств, экономический рост.

В современной экономике роль инноваций значительно возросла. Без применения инноваций практически невозможно создать конкурентоспособную продукцию, имеющую высокую степень наукоемкости и новизны. Таким образом, в рыночной экономике инновации представляют собой эффективное средство конкурентной борьбы, так как ведут к созданию новых потребностей, к снижению себестоимости продукции, к притоку инвестиций, к повышению имиджа (рейтинга) производителя новых продуктов, к открытию и захвату новых рынков, в том числе и внешних.

Инновационный потенциал - один из важнейших элементов, который будет определять будущее не только отдельных регионов, но и всей страны в целом, не говоря уже о функционировании организаций. Инновации - это изменения, повышающие эффективность управления и определяющие развитие фирмы, укрепляющие позиции фирмы. Инновации - это не стихийно возникающие изменения, а запланированные и разработанные, реализуемые и реализованные. Инновации - это нововведения, улучшающие деятельность и ее результаты.

Инновационная деятельность представляет собой систему мероприятий по использованию научного, научно-технического и интеллектуального потенциала с целью получения нового или улучшенного продукта или услуги, нового способа их производства для удовлетворения как индивидуального спроса, так и потребности общества в новшествах в целом.

В условиях динамично развивающейся деятельности «Королевство красоты Лик» потребовалось внедрить новые методы оценки квалификации и труда сотрудников:

1. Отказ от принятого среднего уровня заработной платы для мастеров и переходе к большей дифференциации оплаты на основе аттестации персонала. Для этого необходимо было выработать критерии оценки труда мастеров, для их аттестации.

2. Сотрудники, занявшие более высокие места, были аттестованы на звание «ведущий специалист» и получили более высокий оклад.

3. Кроме того, измерялась реальная производительность труда сотрудников, на базе которой была построена единая недельная норма выработки.

Использованные литературные источники

1. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия: Учеб. пособие для студентов по экон. специальности/ Крылов Э.И., Власова В.М. - 2-е изд., перераб. и доп.- М.: Финансы и статистика, 2003.
2. Аниконов Н.Б., Бабков А.Г. Инновации и экономический рост.// Инновации 7 (74), сентябрь 2004, с. 10-13
3. Балдин К.В., Барышева А.В., Передеряев И.И. и др. / Под ред. А.В. Барышевой. Инновации. – М.: Дашков и К, 2008. – 382 с.
4. Бездудный Ф.Ф., Смирнова Г.А., Нечаева О.Д. Сущность понятия "инновация" и его классификация.// Инновации, 1998. 2-3 (13).
5. Бекетов Н.В. Цикличность развития экономической системы и инновационные отношения в конкурентной среде // Экономический анализ. Теория и практика. – 2008. - № 2. – С. 7-10.
6. Беляев В.Б. Основные тенденции формирования инновационных технологий // Законодательство и экономика. – 2008. - № 2. – С. 12-15.
7. Береговой В.А. Инновации на финансовых рынках в условиях глобализации экономики.// Инновации, 2 (79), март 2005, с. 37-43
8. Бородин А. Экономические механизмы устойчивого развития.// Экономист, 2005, 4, с.63-73.
9. Гамидов Г.С., Исмаилов Т.А. Инновационная экономика - стратегическое направление развития России в XXI в.// Инновации 1, 2003.
10. Гительман Л.Д. Преобразующий менеджмент: Лидерам организации и консультантам по управлению. — М.: Дело, 1999 395
11. Друкер П.Ф. Бизнес и инновации. – М.: Вильямс, 2007. – 432 с.
12. Евенко Л.И. Организационные структуры управления промышленными корпорациями США: Теория и практика формирования. М.: Финансы и статистика, 2006
13. Завлина П.Н., Казанцева А.К. Инновационный менеджмент: Учебное пособие. – СПб.: Наука, 2002.
14. Зиядулаев Н. - СНГ: выбор стратегии развития.// Экономист, 11, 2004, с.79-86.
15. Ильенкова С.Д., Гохберг Л.М. Инновационный менеджмент: Учебник. – М.: ЮНИТИ, 2003.
16. Инновационный менеджмент: Учебник / Медынский В.Г.-М.: ИНФРА-М, 2005.Стр. 5-53
17. Ковалёв Г.Д. Инновационные коммуникации: учебное пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000.
18. Кокурин Д.И. Инновационная деятельность – М.: Экзамен, 2001. – 576с.
19. Коробейников О.П. Интеграция стратегического и инновационного менеджмента // Менеджмент в России и за рубежом. 2003. № 4.
20. Крюков В., Ахматукаева М., Заика И. Модернизация экономики и проблемы конкурентноспособности.// Экономист, 2004, 11, с. 60-66

Кузьмин И. Психотехнологии и эффективный менеджмент. — М.: 2007

1. Кулагин А.С. Немного о термине "инновация".// Инновации 7 (74), сентябрь 2004.
2. Куликов Г.В. Японский менеджмент и теория международной конкурентоспособностью. – М.: Экономика, 2002.
3. Молчанов Н.Н. Инновационный процесс: организация и маркетинг. Санкт-Петербург, 2007
4. Наука России в цифрах. М.: ЦИСН, 2003.
5. Николаев А.И. Инновационное развитие и инновационная культура.// Инновации. 2001. 4-5. с. 79
6. Основы инновационного менеджмента: Теория и практика: учебное пособие./ под ред. П.Н. Завлина, А.К. Казанцева. М.: ОАО "НПО "Издательство "Экономика", 2000.
7. Портер М. Конкуренция. М.: ИД "Вильямс", 2003.
8. Управление персоналом /Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. — М.: ЮНИТИ, 2001, 289
9. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – СПб.: Питер, 2002.

1. Управление персоналом/Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. — М.: ЮНИТИ, 2001, 289 [↑](#footnote-ref-1)
2. Гительман Л.Д. Преобразующий менеджмент: Лидерам организации и консультантам по управлению. — М.: Дело, 1999 395 [↑](#footnote-ref-2)
3. Кузьмин И. Психотехнологии и эффективный менеджмент. — М.: 2007 [↑](#footnote-ref-3)
4. Евенко Л.И. Организационные структуры управления промышленными корпорациями США: Теория и практика формирования. М.: Финансы и статистика, 2006 [↑](#footnote-ref-4)
5. Кокурин Д.И. Инновационная деятельность – М.: Экзамен, 2001. – 576 с. [↑](#footnote-ref-5)
6. Молчанов Н.Н. Инновационный процесс: организация и маркетинг. Санкт-Петербург., 2007 [↑](#footnote-ref-6)
7. Инновационный менеджмент: Учебник / Медынский В.Г.-М.: ИНФРА-М,2005.Стр. 5-53 [↑](#footnote-ref-7)