

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
Старооскольский филиал
(С О Ф Н И У « Б е л Г У »)

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ, ИНФОРМАТИКИ И МАТЕМАТИКИ

**РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ
ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
(НА ПРИМЕРЕ ООО Агрофирмы «Металлург»)**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки
38.03.01 Экономика
профиль Экономика городского хозяйства
очной формы обучения, группы 92071303
Китаевой Жанны Александровны

Научный руководитель
ст. преподаватель
Трубин О.А.

СТАРЫЙ ОСКОЛ 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|---|----|
| ВВЕДЕНИЕ..... | 3 |
| 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ..... | 6 |
| 1.1. Сущность и понятие инновации и инновационного процесса..... | 6 |
| 1.2.Классификация, экономическая сущность и значение инноваций..... | 13 |
| 1.3. Инновационный процесс как объект управления..... | 21 |
| 2. АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «Агрофирма «Металлург»..... | 32 |
| 2.1. Организационно-экономическая характеристика ООО «Агрофирма «Металлург»..... | 32 |
| 2.2. Анализ использования ресурсов ООО «Агрофирма «Металлург»..... | 40 |
| 2.3.Разработка мероприятий по внедрению инноваций в производство..... | 47 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 52 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ..... | 55 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ | 60 |

ВВЕДЕНИЕ

В последнее время вопрос развития инновационной деятельности приобрёл для России особую остроту и актуальность. О внедрении инновационных технологий говорят на самом высоком уровне. Учитывая, что наша страна позднее, чем многие другие, приступила к инновационным преобразованиям в своей экономике, дальнейшее промедление в этом плане может отодвинуть её на периферию развития мирового сообщества [39].

Инновационная деятельность предприятия - это деятельность, направленная на поиск и реализацию инноваций в целях расширения ассортимента и повышения качества продукции, совершенствования технологии и организации производства.

Главная предпосылка, актуальность инновационной деятельности предприятия состоит в том, что все существующее стареет. Поэтому необходимо систематически отбрасывать все то, что износилось, устарело, стало тормозом на пути к прогрессу, а также учитывать ошибки, неудачи и просчеты. Для этого на предприятиях периодически необходимо проводить аттестацию продуктов, технологий и рабочих мест, анализировать рынок и каналы распределения.

Роль и значение инновационной деятельности в полной мере проявляется в воспроизводственном процессе производственных предприятий. Под воздействием инновационной деятельности изменяются практически все подсистемы производственного предприятия, выходя на качественно новый уровень. Вместе с тем современные условия экономического развития требуют от производственных предприятий не только активизации инновационной деятельности, но и совершенствования методов ее организации, в частности, за счёт выявления и использования резервов, направленных на повышение эффективности её проведения [33].

Инновации становятся ключевым стратегическим параметром развития любого предприятия и экономики в целом. В соответствии с требованиями

рынка они должны приносить предприятию прибыль. При решении вопроса о создании и внедрении той или новой техники и технологии необходимо принимать в расчет не только ее превосходство по сравнению с аналогом по технико-экономическим параметрам, но также учитывать возможные экономические результаты ее применения в производстве [28].

Актуальность темы исследования. На сегодняшний день экономика оказалась в принципиально новых условиях, требующих от хозяйствующих субъектов в конкурентной борьбе доказать свое право на существование путем насыщения рынка новыми технологиями. В настоящее время Правительством РФ и руководителями регионов все больше внимания уделяется инновационному развитию отдельных хозяйствующих субъектов, приходит осознание того, что это важнейшая составная часть экономического развития.

Поэтому тема исследования является в современных условиях особенно актуальной и представляет собой научную задачу, имеющую важное народно-хозяйственное значение.

Объектом исследования является ООО «Агрофирма «Металлург».

Предметом исследования является инновации в деятельности предприятия.

Цель выпускной квалификационной работы заключается в совершенствовании механизма проведения инновационной деятельности действующего предприятия.

В связи с этой целью необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть инновации и инновационную деятельность, и их сущность;
- провести анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятия;
- дать технико-экономическое обоснование внедрения инноваций в производства продукции.

Для достижения цели используются статистические данные,

экономико-математический, технико-экономический методы анализа.

Основными методами, используемыми для написания выпускной квалификационной работы, являются сравнительный анализ абсолютных показателей, определение относительных показателей, построение статистических и аналитических таблиц, графическое представление статистической информации.

Данная выпускная квалификационная работа выполнена на базе информации, полученной из учебной и научной литературы отечественных и зарубежных авторов, а также из других источников: сети Internet, периодических изданий, средств массовой информации, данных отчетности предприятия.

В качестве информационной базы написания выпускной квалификационной работы послужили: годовые отчёты предприятия ООО «Агрофирма «Металлург» за 2013–2015 гг., а также информация, полученная из учебной и научной литературы отечественных и зарубежных авторов, сети Internet, периодических изданий, средств массовой информации.

Данная работа состоит из введения, двух разделов, заключения, списка использованных источников и приложения.

В первом разделе последовательно изложен материал, касающийся теоретических основ инновационной деятельности предприятий и инновационного процесса как объекта управления. Здесь также описаны методы управления инновационной деятельностью на основе имеющихся разработок отечественных и зарубежных деятелей экономической науки.

Во втором разделе проведён анализ деятельности предприятия и описывает основные направления развития на ближайшую перспективу, проведен расчет экономической эффективности инновационного проекта.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1. Сущность и понятие инновации и инновационного процесса

Несмотря на то, что термин “инновация” сегодня не нов, его много раз произносят сегодня и при этом подчеркивают его некоторое почти бытовое значение. Управленцы и экономисты предприятий и учреждений оперируют этим термином, стараясь подчеркнуть свою экономическую грамотность, но в реальности мало кто ясно представляет - что, же все-таки стоит за этим словом. Для чего требуется инновации на предприятии, как они протекают и какие приемы и процессы требуются для инноваций?

Прежде всего, необходимо определиться с самим термином “инновация”, так как однозначного его определения нет до сих пор[12].

Инновация, в нашем понимании, - это такое изменение в первоначальной структуре производственной системы, которое приводит к возникновению качественного нового ее состояния. Поэтому условимся в дальнейшем считать, что инновация - это целевое изменение в функционировании предприятия (учреждения) как системы.

Основоположник экономического описания инноваций Й. Шумпетер, впервые выделил пять типов нововведений:

- использование новой техники или новых технологий производства и/или сбыта;
- внедрение новой продукции с новыми свойствами;
- использование нового сырья;
- изменения в организации производства и управления предприятием;
- появление новых рынков сбыта.

Несмотря на такое разнообразие инноваций, сегодня существует достаточно мощный инструмент создания, внедрения и поддержки нововведений. Это маркетинг.

Маркетинг способствует инновационному процессу через изменения в

организационной структуре и управленческих процедурах и методах. Поэтому первым по значимости нововведением следует считать организационные и управленческие изменения (вся дальнейшая работа будет посвящена инновациям в сфере управления и организации).

В общих чертах инновационный процесс состоит из трех этапов:

- разработка - выдвижение инициативы, предложения, идеи или проекта возможного решения какой-либо проблемы, который после проработки выльется в инновацию;
- внедрение - научно-техническая, экспериментальная или организационная деятельность, целью которой является начало инновации и поддержание необходимого хода ее протекания;
- распространение - использование уже однажды освоенной инновации в новых условиях или местах применения.

Несмотря на указанную последовательность указанных этапов, такое расположение часто становится нерентабельным с точки зрения фактора времени. Поэтому их уплотнение по степени выполнения в параллельном режиме становится насущной потребностью. Перекрывание указанных этапов, их наложение друг на друга позволяет выполнять ускорение разработки, внедрения и распространения инноваций, постановки всего процесса на долговременную основу как бы в “конвейерном” режиме[16].

Этот режим невозможен без учета жизненного цикла продукции (либо инновации). Дело в том, что ускорение научно-технического прогресса сокращает время полезного использования и получения экономического эффекта от внедрения инноваций. Часто такие изменения происходят не последовательно, а спонтанно, скачкообразно, что не позволяет использовать традиционные методы анализа и прогнозирования.

Жизненный цикл продукции (инновации) отражает количественные изменения потребностей (спроса) и состоит из пяти этапов:

- внедрение продукции;
- рост производства в соответствии с растущей потребностью;

- зрелость продукции;
- насыщение потребностей;
- снижение потребности под влиянием повышения требований либо внедрения других инноваций.

Рассмотрим содержание отдельных фаз подробнее:

1. Внедрение инноваций связано с информированием потенциальных потребителей о технико-экономических свойствах продукции через маркетинг, рекламу и сбытовую деятельность;

2. Рост производства наступает в результате устоявшегося спроса на продукцию, когда произошло определение всех требуемых ее характеристик, отработаны производственные и сбытовые процессы, налажен после-продажный сервис;

3. Зрелость продукции наступает в период расширения сбыта, интенсификации и улучшения отдельных элементов производственных, сбытовых и управленческих процессов;

4. Насыщение является “началом” кризиса продукции, вызванное ее технико-экономическими параметрами. Она быстро устаревает и перестает отвечать запросам потребителей, растет их давление с целью добиться качественных улучшений в характеристиках либо снижения цены;

5. Сокращение характеризуется значительными трудностями со сбытом. В уже обкатанном производстве это ведет к чрезмерному росту запасов и, в конце концов, к неизбежной остановке.

Классификация инноваций с точки зрения их структурной характеристики следующая:

- инновации на ”входе” в предприятие как систему. Это предполагает целевое качественное или количественное изменение в выборе и использовании материалов, сырья, оборудования, информации, т.е. производственных ресурсов;
- инновации “на выходе” из предприятия как системы. Целевое качественное или количественное изменение результатов хозяйственной деятельности

предприятия, например, выпускаемых изделий, услуг, технологий (иначе говоря, производственного продукта).

- инновации структуры предприятия как системы. Это может быть целевое изменение в производственных, обслуживающих и вспомогательных процессах, причем как по качеству, или количеству, так и по организации и способу обеспечения.

Кроме того, существует классификация инноваций по отдельным сферам деятельности предприятия:

- технологические инновации, направленные на создание новой продукции, технологий и материалов;

- производственные инновации, ориентированные на расширение производственных мощностей, диверсификацию производственной деятельности и изменение соотношения мощности производственных единиц;

- экономические инновации, обращенные на изменения методов и способов хозяйствования, снижение издержек производства, улучшение конечных финансовых результатов;

- торговые инновации, которые направлены на модификацию в торговой деятельности, в ценовой политике, предложение сопутствующих торговых услуг, расширение системы и методов сбыта продукции;

- социальные инновации, связанные с улучшением условий и характера труда, социального обеспечения, психологического климата и внутренних взаимоотношений;

- инновации в области управления, предполагают улучшение организационной структуры, стиля и методов принятия решений, использование новых средств обработки информации.

Довольно часто в практике ведущих развитых стран для определения инноваций применяется следующая простая схема ответов на вопросы:

Что производится? Как производится? Для кого производится?

В зависимости от ответов на них формируется та или иная

классификация инноваций, с точки зрения того, что они изменяют на предприятии.

Как правило - это предполагает четыре основных вида инноваций:

- инновации продукции;
- инновации процессов (технологические);
- инновации персонала (человеческого фактора);
- инновации управленческой деятельности.

Основу инновационной политики на промышленных предприятиях ведущих отраслей создают инновации продукции. Это залог их конкурентоспособности и экономического роста. Но главным по значимости считаются управленческие инновации, так как именно человек является носителем управленческой деятельности, главной движущей силой реализации инноваций, как формы (организации), так и методов, способов и средств управленческой работы.

Необходимо подчеркнуть, что на предприятии не существуют изолированные инновации. Они, как правило, взаимосвязаны друг с другом и проводятся либо последовательно, либо параллельно. Внедрение и проведение инноваций в одной сфере деятельности предприятия так или иначе затрагивает другие сферы и приводит к внедрению инноваций в них.

Здесь необходимо остановиться на качественной стороне инновационного процесса. Это можно сделать на основе “порядковой” классификации, включающей в себя восемь ступеней:

- инновации нулевого порядка (регенерирование первоначальных свойств) - изменение, с целью сохранить и обновить существующие функции производственной системы или ее части;
- инновации первого порядка (изменение количества) - простое целевое приспособление к количественным требованиям при сохранении функций производственной системы или ее части;
- инновации второго порядка (перегруппировка или организационное изменение) - простые организационные передвижки для обеспечения лучшей

организации производственной системы или ее части;

- инновации третьего порядка (адаптационные изменения) - изменения, вызванные взаимным приспособлением элементов производственной системы, ведущие к повышению эффективности ее в целом;
- инновации четвертого порядка (новый вариант) - частичные функциональные изменения в рамках производственной системы или ее части, возникновение “вариантов” с новыми полезными свойствами или измененными параметрами;
- инновации пятого порядка (новое “поколение”) - изменение большинства или всех первоначальных свойств производственной системы, с сохранением базовой структурной концепции;
- инновации шестого порядка (новый “вид”) - качественное изменение функциональных свойств производственной системы или ее части, с модификацией первоначальной концепции;
- инновации седьмого порядка (новый “род”) - коренное изменение в функциональных свойствах производственной системы или ее части, которое меняет ее основной функциональный принцип.

В целом можно заметить, что порядок инновации является не только “мерой” характера и интенсивности изменений производственной системы. Порядок может выступать и в качестве меры сложности управления инновационным процессом. Чем выше порядок инновации, тем более высокие требования, предъявляемые к управлению инновационным процессом. Зависимость меры от порядка в данном случае не линейна. Если инновации низших порядков (от 0 до 4, включительно) как количественные изменения можно относительно просто обеспечить в рамках обычной системы управления без увеличения ее сложности, то инновации более высокого порядка (от 5 до 7) требуют иного подхода. Здесь требуется создание системы стратегического и тактического управления, четкого обеспечения ресурсами, разработка и оптимизация плана проведения взаимосвязанных инновационных процессов. Это в растущей степени

относится к каждому более высокому порядку инноваций.

Необходимо отметить, что чем более высокий порядок инноваций, тем более он чувствителен к внешним воздействиям. Передовые предприятия на Западе стали проводить инновационную политику, основанную на предвидении изменений, пытаясь реагировать на первые, еще слабые сигналы будущего развития науки и техники. Создавая и обеспечивая для своевременной адаптации относительно стабильные “резервные” стратегии развития.

Предприятия на практике чувствуют не только необходимость внедрения инноваций, но и растущую потребность в управлении инновационными процессами. При этом особенно актуализируется способность своевременно:

- с опережением предусмотреть инновационные возможности;
- сконцентрировать ресурсы;
- комплексно и быстро управлять всем инновационным процессом;
- минимизировать риск неправильного выбора и запаздывания.

В этом случае гибкое управление инновационными процессами становится необходимостью. Своевременность принятия необходимых решений обеспечивается стратегией управления инновациями. Она входит как составная часть в общую стратегию развития предприятия.

Смысл, стратегии управления инновациями заключается в том, что она позволяет своевременно концентрировать усилия менеджеров на освоении и использовании перспективных достижений научно-технического прогресса. Это обеспечивается стабильная динамика инноваций в интересах достижения целей предприятия, а также создаются условия для долгосрочной эффективности его деятельности.

Различные авторы, в основном зарубежные (Н. Мончев, И. Перлаки, Хартман В. Д., Мэнсфилд Э., Фостер Р., Твист Б., И. Шумпетер, Роджерс Э. и др.) трактуют это понятие в зависимости от объекта и предмета своего исследования.

Б. Твист определяет инновацию как процесс, в котором изобретение или идея приобретают экономическое содержание. Ф. Никсон считает, что инновация - это совокупность технических, производственных и коммерческих мероприятий, приводящих к появлению на рынке новых и улучшенных промышленных процессов и оборудования. Б. Санто считает, что инновация – это такой общественный - технический - экономический процесс, который через практическое использование идей и изобретений приводит к созданию лучших по своим свойствам изделий, технологий, и в случае, если она ориентируется на экономическую выгоду, прибыль, появление инновации на рынке может привести добавочный доход. И. Шумпетер трактует инновацию как новую научно-организационную комбинацию производственных факторов, мотивированную предпринимательским духом. Во внутренней логике нововведений - новый момент динамики экономического развития[26].

В настоящее время применительно к технологическим инновациям действуют понятия, установленные Руководством Осло и нашедшие отражение в Международных стандартах в статистике науки, техники и инноваций.

1.2.Классификация, экономическая сущность и значение инноваций

Инновация - это нововведение, результат принятия решения или целой серии решений. К инновациям относятся все изменения (новшества), которые впервые нашли применение на предприятии и приносят ему конкретную экономическую и/или социальную пользу.

Поэтому под инновацией понимается не только внедрение нового продукта на рынок, но и целый ряд других нововведений:

- новые или улучшенные виды продукции (продуктовые инновации);
- новые или улучшенные услуги (инновации услуг);
- новые или улучшенные производственные процессы и технологии

(процессные и технологические инновации);

- измененные социальные отношения на предприятии (социальные или кадровые инновации);

- новые или улучшенные производственные системы.

Эти виды инноваций в практике предприятия переплетаются между собой [9].

Определяющими для инноваций являются следующие признаки:

- они всегда связаны с хозяйственным (практическим) использованием оригинальных решений;

- дают конкретную хозяйственную и/или социальную выгоду для пользователя. Эта выгода предопределяет проникновение и распространение инновации на рынке;

- означают первое использование новшества на предприятии независимо от того, применялось ли оно где-либо ранее;

- нуждаются в творческом подходе и связаны с рисками. Инновации не могут создаваться и внедряться в ходе рутинных процессов, а требуют от всех участников (руководителей и сотрудников) ясного понимания необходимости в них и творческих способностей [11].

Инновация - это развивающийся комплексный процесс создания, распространения и использования новых идей, которые способствует повышению эффективности работы предприятия. При этом инновация - это не просто объект, внедренный в производство, а объект, успешно внедренный и приносящий прибыль в результате проведенного научного исследования или сделанного открытия, качественно отличный от предшествующего аналога.

Научно-техническое нововведение необходимо рассматривать как процесс преобразования научного знания в научно-техническую идею и далее - в производство продукции для удовлетворения потребности пользователя. В этом контексте можно выделить два подхода к научно-техническому нововведению.

Первый подход отражает в основном продуктовую ориентацию нововведения. Инновация определяется как процесс преобразования выпуска готовой продукции. Это направление распространяется в период, когда позиции потребителя по отношению к производителю достаточно слабые. Однако сами по себе продукты - не конечная цель, а лишь средство удовлетворения потребностей. Поэтому, согласно второму подходу, процесс научно-технического нововведения рассматривается как передача научного или технического знания непосредственно в сферу удовлетворения нужд потребителя. Продукт при этом превращается в носителя технологий, а форма, которую он принимает, определяется после увязки технологий и удовлетворяемых потребностей [48].

Коммерческий аспект определяет инновацию как экономическую необходимость, осознанную через потребности рынка. Следует обратить внимание на два момента: «материализацию» инноваций, изобретений и разработок в новые техники совершенные виды промышленной продукции, средства и предметы труда, технологии и организации производства и «коммерциализацию», превращающую их в источник доходов.

В соответствии с международными стандартами инновация – это конечный результат новшества то есть, прежде всего, изменения, связанные с введением новых элементов, отсюда выделим критерии инновации:

- 1) новизна;
- 2) товарность;
- 3) рыночная востребованность;
- 4) эффективность;
- 5) наукоемкость [53].

Многообразие инноваций обуславливает необходимость их обобщения и систематизации.

Все предлагаемые варианты классификации инноваций различаются, прежде всего, по числу классификационных признаков.

В основу классификации инноваций следует положить такие признаки,

как форма реализации содержания, степень новизны, характер удовлетворяемых общественных потребностей, способность к распространению, приоритет появления, время реализации инновации. Обобщенная классификация инноваций по признакам приведена в таблице 1.1.

Таблица 1.1

Обобщенная классификация инноваций по признакам

| Признак классификации 1 | Виды инноваций 2 |
|--|--|
| С точки зрения цикличного развития В области управления | - крупнейшие; - средние; - инновации продукции; - инновации процессов (технологических); - инновации рабочей силы; - инновации управленческой деятельности |
| В зависимости от степени использования научных знаний | Основанные на: - фундаментальных научных знаниях - научных исследованиях с ограниченной областью применения - существующих технических знаниях - комбинации различных типов знаний - использовании одного продукта в различных областях - побочных результатах крупных программ - уже известной технологии |
| С точки зрения структурной характеристики | - на входе; - на выходе - нововведения структуры предприятия |
| С точки зрения увязки с отдельными сферами деятельности | - технологические; - производственные; - экономические; - торговые; - социальные |
| С точки зрения назначения | - для потребления в качестве товара массового спроса - для промышленного потребления в гражданских отраслях - для потребления в оборонном комплексе |
| По способу | - экспериментальные; - прямые |
| В зависимости от размера экономического эффекта | - обнаружение новых областей применения (повышает эффективность в 10-100 и более раз) - использование новых принципов функционирования (повышает эффективность в 2-10 раз) - создание новых конструктивных решений (повышает эффективность на 10-50%) - расчет и оптимизации параметров (повышает эффективность на 2-10%) |
| По уровню управления | - федеральные; - территориальные управления; - отраслевые; - первичного звена |
| По срокам управления | - 20 и более лет; - 10-15 лет; - 5-10 лет; - до 5 лет - НИОКР |
| По степени охвата жизненного цикла | - освоение и применение НИОКР |
| По объему | - точечные; - системные; - стратегические |
| По отношению к предыдущему состоянию процесса (системы) | - заменяющие; - отменяющие; - открывающие; - ретронововведения |
| По назначению | Направленные на: - эффективность - улучшение условий труда - повышение качества продукции |

Продолжение табл. 1.1

| 1 | 2 |
|---------------------------|---|
| По источнику планирования | - централизованные - локальные - спонтанные |
| По результативности | - внедренные и полностью используемые - внедренные и слабо используемые |
| По уровню новизны | - радикальные и изменяющие или создающие вновь целые отрасли - системные - модифицирующие |

Инновации как принципиально новые способы (средства, приемы) удовлетворения общественных потребностей принимают две основные формы: продукты (предметы, товары) и процессы.

К инновациям в форме продуктов (предметы, товары) можно отнести нововведения, воплощенные в средствах, предметах труда, а также предметах потребления.

Инновации в форме процессов составляют прогрессивные изменения в технологических, организационных, управленческих, социальных и экономических процессах. Они ориентированы, с одной стороны, на улучшение технико-экономических характеристик выпускаемых изделий, а с другой – на создание условий для освоения и производства новой продукции. Следовательно, в составе инноваций в форме процессов можно выделить:

- инновации, ориентированные на улучшение технико-экономических характеристик выпускаемых изделий;
- инновации, создающие условия для освоения и производства новой продукции.

Одновременно инновации в форме процессов по совершенствованию выпускаемой продукции и созданию условий для освоения и производства новых изделий находят свое отражение в повышении технического, организационного, экономического и социального уровней предприятия.

В связи с этим инновации в форме процессов могут быть разделены на инновации по повышению технического, организационного, экономического и социального уровней предприятия. Эти уровни имеют довольно сложную структуру, что предполагает дальнейшее деление инноваций в форме продукта и процесса. Так, инновации по повышению технического уровня

производства можно подразделить на инновации совершенствующие орудия труда, предметы труда, технологические процессы и т.д. В их составе можно выделить инновации по повышению уровня организации основного производства, производственной структуры, труда и управления [17].

Инновации в форме продукта (предмета, товара) и в форме процесса взаимосвязаны и взаимозависимы. Известно, что инновации в форме продукта очень часто требуют инноваций в форме процессов для того, чтобы к ним адаптировалась существующая производственная база и составляющие ее технические, технологические, организационные и социальные системы. В то же время инновации в форме процессов могут открывать новые возможности для инноваций в форме продуктов (предметов, товаров).

По степени новизны можно выделить радикальные (базисные) и ординарные (улучшающие) инновации. Радикальные (базисные) инновации преобразуют возможности удовлетворения общественных потребностей, так как их основу составляют принципиально новые научные знания. В отличие от радикальных, ординарные инновации не затрагивают традиционных способов, приемов и методов удовлетворения общественных потребностей, а совершенствуют их посредством определенных количественных и качественных изменений [62].

Одним из оснований для классификации инноваций является их способность к распространению. По этому признаку выделяются единичные (разовые) инновации, которые в силу своей специфики могут быть использованы только в пределах одной системы, и диффузные инновации, природа и назначение которых позволяют тиражировать их в другие системы. В свою очередь, диффузные инновации подразделяются на внутриорганизационные, реализуемые в рамках одной организации, и межорганизационные, применяемые в нескольких организациях.

Инновации реализуются в той или иной социально-экономической системе (общество, экономика, предприятие). В силу того что нельзя изменить какой-либо элемент системы без изменения всей системы,

необходимо отметить, что инновация, направленная на изменение отдельного элемента системы, повлечет за собой соответствующие изменения в других элементах этой же системы. В связи с этим, необходима классификация инноваций по приоритету их появления на следующие виды:

- активизирующие (первоначальные, иницирующие) инновации, т.е. инновации, вызывающие ряд других разнонаправленных нововведений;
- последующие инновации, т.е. инновации, появление которых вызвано ранее осуществленными нововведениями или направлено на обеспечение условий для их проведения [59].

В зависимости от времени реализации инновации могут быть перспективными и текущими. Основой подобного деления являются:

- величина эффекта от инновации;
- наличие у хозяйствующего субъекта материальных и иных возможностей для осуществления инноваций.

К перспективным относят инновации, реализация которых объективно требует более или менее значительных затрат времени и производственных ресурсов. Для использования текущих инноваций в ближайшее время предприятие располагает всеми необходимыми материально-техническими ресурсами и социально-экономическими условиями.

В рыночной экономике соотношение между различными типами инноваций формируется под воздействием различных факторов, таких как этап развития предприятия, его размеры, отраслевая принадлежность, положение на рынке, этап жизненного цикла выпускаемой продукции, характер конкурентной борьбы на рынке и т.д.[20].

Инновация - реализованный на рынке результат, полученный от вложения капитала в новый продукт или операцию (технология, процесс). При реализации инноваций, предложенной к продаже, происходит обмен «деньги-инновация». Денежные средства, полученные предпринимателем (продуцентом, инвестором-продавцом) в результате такого обмена, во-первых, покрывают расходы по созданию и продаже инноваций, во-вторых,

приносят прибыль от реализации инноваций, в-третьих, выступают стимулом для создания новых инноваций, в-четвертых, являются источником финансирования нового инновационного процесса.

Исходя из этого, можно сказать, что инновация выполняет три функции (рис. 1.1).

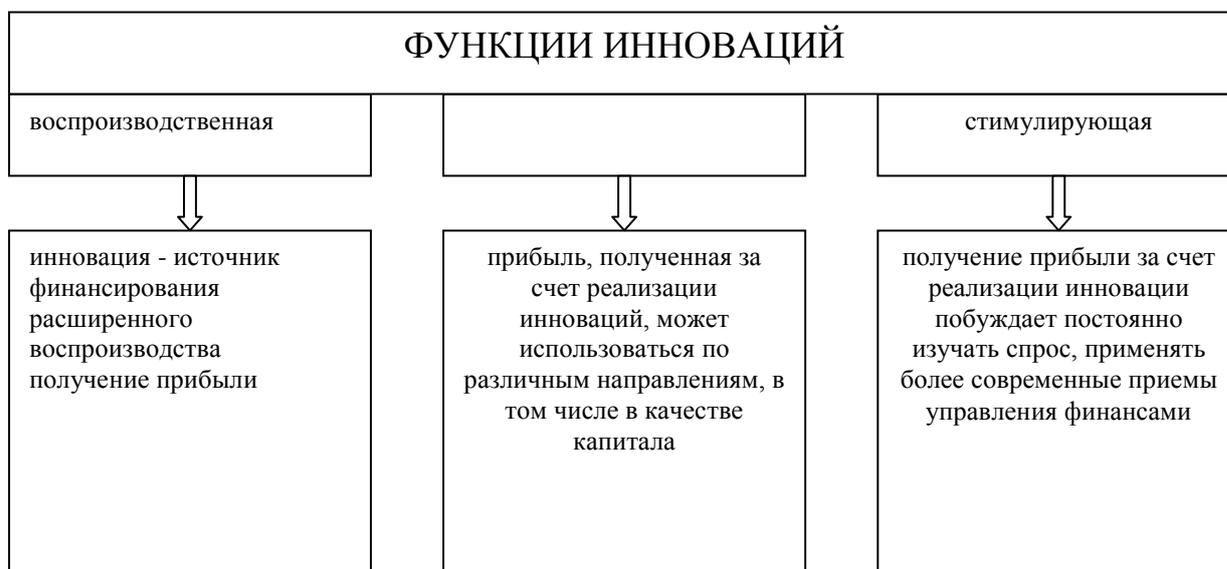


Рис. 1.1. Функции инноваций

Воспроизводственная функция означает, что денежная выручка, полученная от продажи инноваций на рынке, создает прибыль, которая выступает источником финансовых ресурсов и одновременно мерой эффективности инновационного процесса. Прибыль может направляться на расширение объемов производственно-торговой, инвестиционной, инновационной и финансовой деятельности. Эти направления использования прибыли отражаются в «Плане денежных потоков хозяйствующего субъекта».

Получение прибыли от инновации и использование ее в качестве источника финансовых ресурсов составляет содержание воспроизводственной функции инновации [56].

Прибыль, полученная за счет реализации инноваций, может использоваться по различным направлениям, в том числе в качестве капитала. Капитал представляет собой деньги, предназначенные для

извлечения прибыли. Он может направляться на финансирование, как всех инвестиций, так и конкретно новых видов инноваций. Использование прибыли от инновации для инвестирования составляет содержание инвестиционной функции инновации.

Все вышеизложенное составляет содержание стимулирующей функции инновации.

Получение прибыли за счет реализации инновации прямо соответствует целевой функции любого коммерческого хозяйствующего субъекта. Это совпадение служит стимулом к новым видам инноваций; побуждает постоянно изучать спрос, совершенствовать организацию маркетинговой деятельности, применять более современные приемы управления финансами. Все вышеизложенное составляет содержание стимулирующей функции инновации [49].

Таким образом, инновации, во-первых, должны носить рыночную структуру для удовлетворения нужд потребителей. Во-вторых, любая инновация всегда рассматривается как сложный процесс, предполагающий изменение как научно-технического, так и экономического, социального и структурного характера. В-третьих, в инновации акцент делается на быстрое внедрение новшества в практическое использование. В-четвертых, инновации должны обеспечивать экономический, социальный, технический и экологический эффект.

1.3. Инновационный процесс как объект управления

Термины «инновация» и «инновационный процесс» не однозначны, но близки. Инновационный процесс связан с созданием, освоением и распространением инноваций.

Создатели инновации (новаторы) руководствуются такими критериями, как жизненный цикл изделия и экономическая эффективность. Их стратегия направлена на то, чтобы превзойти конкурентов, создав новшество, которое

будет признано уникальным в определенной области.

Инновацию нужно рассматривать с учетом инновационного процесса. Для инноваций одинаково важны все три свойства: научно-техническая новизна, производственная применимость, коммерческая реализуемость. Отсутствие любого из них отрицательно сказывается на инновационном процессе [47].

Инновационный процесс имеет циклический характер, что демонстрирует хронологический порядок появления новшеств в различных областях техники. Инновация – это технико-экономический цикл, в котором использование результатов сферы исследований и разработок непосредственно вызывает технические и экономические изменения, которые оказывают обратное воздействие на деятельность этой сферы [38].

По мере развития деятельность, представляющая инновационный процесс, распадается на отдельные, различающиеся между собой участки и материализуется в виде функциональных организационных единиц, обособившихся в результате разделения труда. Экономическое и технологическое воздействие процесса инноваций лишь частично воплощается в новых продуктах или технологиях. Значительно больше оно проявляется в увеличении экономического и научно-технического потенциала как предпосылки возникновения новой техники, т.е. если повышается технологический уровень инновационной системы и ее составных элементов, то, таким образом, повышается восприимчивость к нововведениям.

Инновационный процесс - это процесс преобразования научного знания в инновацию, который можно представить как последовательную цепь событий, в ходе которых инновация вызревает от идеи до конкретного продукта, технологии или услуги и распространяется при практическом использовании. Инновационный процесс направлен на создание требуемых рынков продуктов, технологий или услуг и осуществляется в тесном единстве со средой: его направленность, темпы, цели зависят от социально-

экономической среды, в которой он функционирует и развивается. Поэтому только, на инновационном пути развития возможен подъем экономики [29].

Инновация имеет четкую ориентацию на конечный результат прикладного характера, она всегда должна рассматриваться как сложный процесс, который обеспечивает определенный технический и социально-экономический эффект.

Инновация в своем развитии (жизненном цикле) меняет формы, продвигаясь от идеи до внедрения. Протекание инновационного процесса, как и любого другого, обусловлено сложным взаимодействием многих факторов. Использование в предпринимательской практике того или иного варианта форм организации инновационных процессов определяют три фактора:

- состояние внешней среды (политическая и экономическая ситуация, тип рынка, характер конкурентной борьбы, практика государственно-монополистического регулирования и т.д.);

- состояние внутренней среды данной хозяйственной системы (наличие лидера-предпринимателя и команды поддержки, финансовые и материально-технические ресурсы, применяемые технологии, размеры, сложившаяся организационная структура, внутренняя культура организации, связи с внешней средой и т.д.);

- специфика самого инновационного процесса как объекта управления.

Инновационные процессы рассматриваются как процессы, пронизывающие всю научно-техническую, производственную, маркетинговую деятельность производителей и, в конечном счете, ориентированы на удовлетворение потребностей рынка [26].

Инновационный процесс может рассматриваться как относительно обособленный, имеющий свой конечный продукт и использующий традиционные процессы и структуры в качестве средств своей реализации без какого-либо их существенного изменения (пример - выпуск некоторого технического изделия, не заменяющего производства уже существующих

изделий, а дополняющего их). Управление таким простейшим типом инновационного процесса сводится к выделению ресурсов для обеспечения данного процесса и созданию дополнительных стимулов к участию в этом процессе обеспечивающих систем и служб.

Под воздействием современных изменений, тенденций и процессов, как в технике, так и в экономике формируются новые потребности, которые не могут быть удовлетворены за счет имеющихся результатов деятельности людей. Возникают проблемы, решение которых возможно лишь путем конструирования новых средств и изделий, новых организационных форм, т.е. благодаря инновационной деятельности людей, которая и составляет содержание любой инновации.

Коммерческий аспект определяет инновацию как экономическую необходимость, осознанную через потребности рынка. При этом следует обратить внимание на два момента: на «материализацию» инноваций, изобретений и разработок в новые технически совершенные виды промышленной продукции; средства и предметы труда, технологии и организации производства и на «коммерциализацию», превращающую инновации в источник дохода.

Распространение нововведений, как и их создание, является составной частью инновационного процесса

Различают три логические формы инновационного процесса:

- внутриорганизационная (натуральный процесс),
- межорганизационная (товарный процесс),
- расширенная.

Внутриорганизационная форма инновационного процесса предполагает создание и использование новшества внутри одной и той же организации, новшество в этом случае не принимает непосредственно товарной формы. При товарном инновационном процессе новшество выступает как предмет купли-продажи. Такая форма инновационного процесса значит отделение функции создателя и производителя новшества от функции его потребителя.

И наконец, расширенный инновационный процесс проявляется в создании новых производителей нововведения, а также в нарушении монополии производителя-пионера, что способствует в свою очередь через взаимную конкуренцию совершенствованию потребительских свойств выпускаемого товара.

В условиях товарного инновационного процесса действует, как минимум, два хозяйственных субъекта: производитель (создатель) и потребитель (пользователь) нововведения. Если новшество является технологическим процессом, то его производитель и потребитель могут совмещаться в одном хозяйственном субъекте [18].

По мере превращения инновационного процесса в товарный, выделяют две его органические фазы:

- 1) создание и распространение;
- 2) диффузия нововведения.

Первая фаза включает в себя последовательные этапы научных исследований, опытно-конструкторских работ, организацию опытного производства и сбыта, организацию коммерческого производства. На первой фазе еще не реализуется полезный эффект нововведения, а только создаются предпосылки такой реализации. На второй фазе общественно-полезный эффект перераспределится между производителями нововведения, а также между производителями и потребителями.

В результате диффузии возрастает число, и изменяются качественные характеристики производителей и потребителей. Непрерывность нововведенческих процессов оказывает воздействие на скорость и широту диффузии нововведения в рыночной экономике.

Диффузия инновации – это процесс, посредством которого нововведение передается по коммуникационным каналам и распределяется между членами социальной системы во времени. Нововведениями могут быть идеи, предметы, технологии, являющиеся новыми для соответствующего хозяйствующего субъекта. Диффузия – это

распространение уже однажды освоенной и использованной инновации в новых условиях или местах применения.

Распространение инновации – это информационный процесс, форма и скорость которого зависит от мощности коммуникационных каналов, особенностей восприятия информации хозяйствующими субъектами.

Это объясняется тем, что хозяйствующие субъекты, действующие в реальной экономической среде, проявляют неодинаковое отношение к поиску инноваций и разную способность к их усвоению.

В реальных инновационных процессах скорость процесса диффузии нововведения определяется различными факторами:

- формой принятия решения;
- способом передачи информации;
- свойствами социальной системы;
- свойствами нововведения (относительные преимущества по сравнению с традиционными решениями; совместимость с практикой и технологической структурой: сложность, накопленный опыт внедрения и др.).

Субъекты инновационного процесса делятся на новаторов; ранних реципиентов; раннее большинство и отстающих. Последние три вида субъектов относятся к имитаторам.

В мировой практике инновационного менеджмента все известные организационные формы разработки и освоения нововведений условно подразделяются на несколько больших групп:

- специальные подразделения по разработке новых продуктов (впервые стали образовываться в 50-е годы);
- группа внутриорганизационных венчурных подразделений (разновидность этой формы – центры по развитию новых сфер бизнеса);
- подразделения, объединяющие границы хозяйственной деятельности и позволяющие достигнуть высокого уровня рационального сочетания рутинного и инновационного процессов в рамках конкретного производства

с учетом его специфики [26].

Инновации являются результатом творческой предпринимательской деятельности, в которой обычно участвуют многие подразделения фирмы и на которую оказывают все большее воздействие и внешние факторы (государственное влияние, экологические требования, кооперация с другими институтами и пр.). Инновации имеют свой жизненный цикл, начинающийся с возникновения новой идеи и завершающийся внедрением и утверждением нового продукта на рынке. В этом цикле можно выделить шесть типичных этапов с характерными для каждой видами деятельности, ситуациями принятия решений и результатами.

Этапы, как правило, следуют один за другим, но не исключены случаи некоторого параллелизма (и тем самым пересечения) отдельных этапов. Поэтому, оценки и расчеты экономической эффективности необходимо проводить не на этапе поиска идей, но и на последующих этапах. Рассмотрим основные этапы организации инновационного процесса (рис. 1.2).

Первый этап: стратегия предприятия и инновации.

Стратегические решения по инновационной деятельности должны приниматься только в связи с решениями в области общей стратегии предприятия и стратегической программы производства. В то же время они определяют исходные условия решений относительно последующего процесса. Стратегия позволяет заранее установить планку в инновационных устремлениях предприятия [27].

Определяющими для инновационного процесса служат следующие стратегические решения:

- выбор рынка или рыночного сегмента;
- утверждение применяемой технологии;
- выбор товаров и услуг, которые должны производиться на предприятии;
- решение относительно кооперации в разработках, производстве и сбыте;

- установление объема и скорости процесса обновления товаров и услуг.

В данном случае речь идет об идеальном (теоретическом) процессе. В предпринимательской практике возможно и прямо противоположное, т.е. инновации могут оказать решающее влияние на стратегическую направленность политики предприятия. На малых и средних предприятиях часто случается так, что единственная инновация надолго предопределяет развитие всего предприятия.



Рис 1.2. Основные этапы организации инновационного процесса

Второй этап: поиски идей и их оценка.

В этой фазе осуществляются поиски творческих идей для проблемных решений. При этом можно выделить три пути поиска:

- разработка новых идей (генерирование идей);
- критический пересмотр и модификация известных проблемных решений или определенных вариантов решений;
- поиск уже работающих общих или частных решений (использование известного научно-технического опыта и знания, приобретение лицензий).

При поиске новых идей малым и средним предприятиям особенно

рекомендуется чаще обращаться к внешним источникам информации, например банкам данных, лицензионным посредникам, материалам ярмарок и исследовательских центров

Третий этап: продуктивное решение.

В этой фазе предприятие должно убедиться, что благодаря продуктовой идее будет разработан реальный продукт, который может быть включен в стратегическую программу предприятия и продвинут на рынок. Все это требует всестороннего планирования, которое охватывает:

- постановку целей и задач по данному продукту;
- составление временного графика использования ресурсов, необходимых в рамках данного этапа;
- планирование производства для предприятия в целом;
- планирование сбыта с расчетом экономической эффективности [22].

Подобное планирование содержит в себе все важные задачи, которые необходимы для дальнейшей аналитической работы в рамках процесса исследований и разработок вплоть до успешного внедрения продукта на рынок. Здесь намечаются точки пересечения маркетинга и производства; устанавливаются области соприкосновения инновации, программного планирования и маркетинга.

Четвёртый этап: научные исследования и разработки, технологический трансфер.

В сфере научных исследований и разработок проводятся следующие различия: фундаментальные исследования не имеют прямого отношения к продукту, прикладные нацелены на будущее применение полученных результатов, а в ходе разработок главный интерес представляет конкретный рыночный результат. Что касается данной сферы в условиях малых и средних предприятий, то у них дело ограничивается, как правило, разработками; исследования в собственном смысле отходят здесь на задний план [24].

Исходя из своих целей, эти предприятия могут осуществить техническую реализацию продукта посредством собственных разработок

(возможно, исследований) или прибегнуть к кооперации с другими компаниями. В принципе эта задача должна решаться с учетом следующих моментов:

- окончательное уточнение задачи и разработка принципиального решения по новому товару или новой услуге;
- конструктивная разработка изделия вплоть до создания прототипа;
- проектирование и подготовка производства для нового продукта с изготовлением и испытанием опытного образца, производственного оборудования и нулевой серии.

Пятый этап: освоение производства.

Разработка продукта считается законченной, когда можно начать производство и все внимание сосредоточить на продукте в фазе изготовления. Значение этой переходной фазы в рамках инновационного процесса чаще всего недооценивается, в результате чего возникают значительные потери времени и убытки для предприятия. В этой фазе важно следующее:

- адаптация прототипа к производственно-техническим требованиям;
- ознакомление задействованного персонала с технологическими процессами, методами и новыми областями задач;
- запуск машин и оборудования до установленных пределов мощности;
- поиски новых каналов снабжения.

Для инновационного менеджмента в данной фазе важно обеспечить максимально короткие сроки развертывания производства, в частности с помощью соответствующей подготовки и планирования, а также гибкой реализации целей. Сокращение времени подготовки производства часто обеспечивает получение рыночных преимуществ перед конкурентами, а также позволяет быстро снизить издержки и увеличить прибыль предприятия.

6-й этап: внедрение на рынок. Инновационный процесс завершается внедрением новинки на рынок. Как показывают эмпирические исследования,

неудачей заканчивается введение примерно $1/3$ новых продуктов, а среди введенных лишь около $1/3$ дает прибыль выше среднего уровня, остальные позволяют только покрыть издержки [10]

В динамическом плане, то есть во времени, структуру инновационного процесса можно представить в следующем виде:

- 1) выявление проблемной ситуации (имитация инновации);
- 2) формулировка целей инновации;
- 3) анализ существующего положения (диагностика проблемы организации или отдельного ее элемента);
- 4) принятие решения о целесообразности разработки инновации определенного вида;
- 5) разработка (проектирование) инновации;
- 6) согласование и утверждение проекта инновации;
- 7) подготовка объекта к инновации;
- 8) внедрение инновации;
- 9) оценка фактической эффективности инновации;
- 10) устаревание [25].

Таким образом, инновационный процесс включает в себя ряд последовательных этапов: систематизация поступающих идей нововведений, формирование идеи нового продукта, анализ экономической эффективности, создание нового продукта, тестирование нового товара, а также внедрение товара в производство.

2. АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «Агрофирма «Металлург»

2.1. Организационно-экономическая характеристика

ООО «Агрофирма «Металлург»

Общество с ограниченной ответственностью «Агрофирма «Металлург», расположенное по адресу: г. Старый Оскол, Станция Котел, промузел, площадка «Тепличная», проезд Ш-2, д. 1.

ООО «Агрофирма «Металлург» создано в соответствии с Гражданским кодексом РФ и Федеральным законом РФ «Об обществах с ограниченной ответственностью».

ООО «Агрофирма «Металлург» является правопреемником по правам и обязательствам ООО «Агрофирма Лебедь» и дочерним предприятием АО «ОЭМК».

В структуре имущества предприятия имеются машинный двор с земельным участком площадью 3,38 га и зданиями и сооружениями площадью 24 337,67 кв.м.; зернохранилище: земельный участок - 4,61 га; здания и сооружения - 18 817,07 кв.м.; молочно-товарная ферма: земельный участок - 12,15 га; здания и сооружения - 39 435,77 кв.м.; тепличный комплекс: земельный участок - 29,16 га; 8 теплиц общей площадью - 12 га; растениеводческий комплекс: земельный участок - 1 125 га.

Машинный парк агрофирмы составляет 100 единиц техники, в т.ч: 34 автомобиля; 39 тракторов; 8 комбайнов; 8 погрузчиков; 2 экскаватора; 3 прицепа тракторных; 6 прицепов и полуприцепов.

Имущественный комплекс сформирован из собственных основных средств, а также основных средств АО «ОЭМК», переданные в аренду ООО «Агрофирма «Металлург».

Основным видом продукции, производимой предприятием является выращивание тепличных огурцов. На площади теплиц в 12 га ежегодно выращивается более 4076 тонн данной продукции.

Продукция ООО «Агрофирма «Металлург» находится в реестре

производителей и поставщиков натуральной и безопасной продукции.

Производство ООО «Агрофирма «Металлург» осуществляется с целью получения прибыли для удовлетворения потребностей хозяйства и поэтому необходимо не только произвести продукцию, но и реализовать ее.

Основным каналом реализации предприятия является продажа продукции по договорам. Сеть покупателей разнообразна: от мелких до крупных предприятий различных форм собственности. Поставки продукции осуществляются также за пределы Белгородской области.

Часть продукции реализуется за наличный расчет через киоски предприятия, которые расположены во всех районах города Старый Оскол, а также на рынках города. Небольшая часть продукции реализуется своим работникам.

Основная цель деятельности ООО «Агрофирма «Металлург» определена в уставе (приложение 1) и заключается в извлечении прибыли для удовлетворения экономических потребностей учредителей.

Основными видами деятельности организации являются:

- овощеводство;
- охота и разведение диких животных, включая предоставление услуг в этих областях;
- выращивание грибов и грибницы;
- розничная торговля фруктами, овощами и картофелем;
- декоративное садоводство и производство продукции питомников;
- разведение крупного рогатого скота;
- выращивание зерновых и зернобобовых культур;
- выращивание сахарной свеклы;
- выращивание масленичных и кормовых культур;
- выращивание зерновых, технических и прочих сельскохозяйственных культур.

ООО «Агрофирма «Металлург» имеет линейно-функциональную структуру управления.

Характеризуется данная структура тем, что каждый работник предприятия подчинен только одному руководителю и, следовательно, связан с вышестоящим органом через него. Преимущества линейно-функциональной системы управления:

- обеспечивает быстрое осуществление действий по распоряжениям, указаниям, дающимся вышестоящими руководителями нижестоящим, чему способствует иерархичность такой структуры управления.

- предполагает формирование функциональных подразделений на основе их оптимизации. Каждый из них выполняет строго определенные функции, а вместе – весь комплекс функций, обеспечивающих бесперебойную работу производства.

- разделение труда между функциональными подразделениями облегчают работу по повышению деловой квалификации, способствует общему расширению знаний в рамках каждого функционального подразделения в ходе постепенного накопления опыта.

- происходит быстрое осуществление действий по принимаемым распоряжениям, спускаемым «сверху вниз», и быстрее реализуется обратная связь.

Недостатками такой системы управления являются:

- отсутствие тесных взаимосвязей и взаимодействия на горизонтальном уровне между производственными отделениями.

- чрезмерно развитая система взаимодействия по вертикали, а именно подчинение по иерархии управления.

Управляющему директору непосредственно подчиняется ведущий экономист, главный бухгалтер, заместитель главного бухгалтера, лаборатория, элеватор, менеджер.

Управляющий директор обеспечивает выполнение решений общего собрания предприятия, распоряжается имуществом в пределах, установленных настоящим Уставом и действующим законодательством, определяет организационную структуру предприятия, утверждает правила,

процедуры и другие внутренние документы, утверждает штатное расписание, принимает на работу и увольняет с работы сотрудников, в том числе назначает и руководителей всех подразделений и прочих служб.

Начальник отдела кадров руководит службой управления персоналом на предприятии, руководит вопросами стимулирования: труда и заработной платы, медицинским обслуживанием, обучением, решает социальные вопросы.

Начальник службы безопасности и охраны руководит службой охраны.

Главный бухгалтер руководит работниками бухгалтерии. Начальник финансового отдела руководит экономическим отделом и финансами, осуществляет организацию учета финансово-хозяйственной деятельности предприятия, осуществляет контроль за сохранностью собственности, правильным расходованием денежных средств и материальных ценностей, соблюдением строжайшего режима экономии и хозяйственного расчета.

Бухгалтерский учет в обществе ведется собственной бухгалтерской службой - центральной бухгалтерией, которая является структурным подразделением и возглавляется главным бухгалтером. Состав, подчиненность, задачи и функции бухгалтерии определяются Положением о бухгалтерии и должностными инструкциями ее работников. Оценка имущества, обязательств и хозяйственных операций осуществляется в денежном выражении в валюте Российской Федерации. Бухгалтерский учет имущества, обязательств и хозяйственных операций ведется в рублях с копейками, без округления.

В ООО «Агрофирма «Металлург» применяется автоматизированная форма бухгалтерского учета. Ведение бухгалтерского учета обеспечивается автоматизированными системами, разработанными посредством сбора информации о хозяйственных операциях, обработки этой информации, выполнения необходимых расчетов, хранения данных и формирования различных форм отчетности.

Бухгалтерский учет осуществляется бухгалтерской службой

организации, которую возглавляет главный бухгалтер.

Используется план счетов, составленный на основе инструкции по применению плана счетов, утвержденной приказом Минфина России от 31.10.2000 г. №94н.

Вся обработка бухгалтерской информации осуществляется с применением персональных компьютеров.

Централизованная система учета в ООО «Агрофирма «Металлург» обеспечивает организацию учета центральной бухгалтерией, а в подразделениях происходит составление первичных документов и частичная их обработка. Сгруппированные первичные документы в установленные сроки передают в централизованную бухгалтерию, где происходит их дальнейшая обработка, регистрация и отражение в регистре синтетического и аналитического учета.

Для эффективной организации работы бухгалтерии пользуются нормативно-правовыми актами, методологическими указаниями, инструкциями.

Движение документов регламентируется графиком документооборота. Документооборот представляет собой путь, который проходят документы от момента их выписки до сдачи на хранение в архив.

Структура бухгалтерского аппарата является линейной, то есть все работники бухгалтерии подчиняются непосредственно главному бухгалтеру. На данный момент бухгалтерия ООО «Агрофирма «Металлург» состоит из четырех отделов:

Материальный отдел отвечает за учет приобретения материальных ценностей, их поступления и расходования; ведется учет основных средств; здесь же ведется учет затрат на производство.

Расчетный отдел осуществляет учет затрат труда, рассчитывает заработную плату, ведет учет расчетов с работниками предприятия и бюджетом, осуществляет контроль использования фонда оплаты труда.

Отдел реализации отвечает за учет готовой продукции на складе ее

реализации, делает расчет фактической себестоимости, ведет расчеты с покупателями и заказчиками.

Распределение служебных обязанностей работников закрепляется должностными инструкциями.

При распределении служебных обязанностей учитывают такие факторы, как важность той или иной работы, квалификации исполнителей, организационная структура учетного процесса.

В ООО «Агрофирма «Металлург» при распределении служебных обязанностей исходят из того, что более ответственные и сложные работы выполняются наиболее квалифицированными работниками:

- главный бухгалтер заполняет главную книгу, составляет квартальные и годовую отчетности, ведет учет расчетов по счетам: 14, 58, 80, 81, 82, 83, 84, 99;

- заместитель главного бухгалтера ведет учет по счетам: 01, 02, 20, 23, 24, 25, 26, 29, 50, 51, 66; ведет учет затрат по магазину, столовой;

- бухгалтер по материалам ведет учет по счету 10, составляет оборотные ведомости по движению материалов;

- бухгалтер отдела реализации ведет учет по счетам 41, 43, 90, 91, 62, 94; составляет отчеты о движении готовой продукции по покупателям и ассортименту.

Немаловажное место в организации бухгалтерского учета занимает учетная политика предприятия. Учетная политика является одним из основных документов, который устанавливает как ведется учет.

В ООО «Агрофирма «Металлург» учетная политика разработана как для целей бухгалтерского учета так и для целей налогообложения. Налоговый учет ведется на основании главы 25 Налогового кодекса РФ «Налог на прибыль организаций». Порядок признания доходов и расходов и отражение некоторых хозяйственных операций в налоговом учете отличаются от порядка, который применяется для бухгалтерского учета. Поэтому при разработке учетной политики необходимо определить в ней

методы ведения бухгалтерского и налогового учета.

Все использованные бухгалтерские документы и учетные регистры в установленные сроки передаются в архив. В течение 10 лет и более хранятся документы по учету основных средств. В течение 5 лет – документы по прочему имуществу, товарно-материальным ценностям, материалы по расчетным операциям и подотчетным суммам, по кассовым операциям и другие. По истечении указанных сроков материалы из архива уничтожаются. Согласно учетной политики ООО «Агрофирма «Металлург» амортизация начисляется для целей бухгалтерского учета линейным способом. Сумму начисленной амортизации по основным средствам отражают путем накопления соответствующих сумм на счете 02 «Амортизация основных средств».

Отдел кадров организует работу по обеспечению подбора, расстановки, изучения и использования рабочих кадров и специалистов, участвует в формировании стабильного коллектива, занимается организацией системы учета кадров. Обязанности каждого члена трудового коллектива излагаются в соответствующих должностных инструкциях. Она включает в себя следующие разделы: общие положения, функции и должностные обязанности, права, взаимоотношения, ответственность. Должностная инструкция, представляет собой перечень основных обязанностей, требующихся знаний и навыков, а также прав работника.

Коммерческий директор руководит специалистами отдела сбыта и экспедиторами.

Начальник отдела материально-технического снабжения руководит специалистами отдела и заготовителями сырья, отвечает за выполнение следующих функций: реклама, изучение рынка, анализ цен, разработка новых товаров, кредитная политика.

Сотрудники этого отдела занимаются администрированием, формированием и контролем планов реализации товаров, оказанием услуг клиентам, заключением договоров на поставку товаров, работой с

персоналом по обучению и оплате труда персонала.

В ООО «Агрофирма «Металлург» производство подразделяется на основное, вспомогательное и прочие вспомогательные профессии. Руководит основным производством гл. технолог, ему подчиняются следующие подразделения;

Руководят цехами основного производства сменные мастера цехов:

Вспомогательное производство и прочие вспомогательные производства находится в подчинении у главного инженера.

К важнейшим показателям, характеризующим результаты производственной деятельности предприятия и его структурных подразделений, следует отнести объем выпущенной производственной продукции. Экономические показатели ООО «Агрофирма «Металлург» по основному виду деятельности (овощеводству) в динамике за анализируемый период сгруппированы в соответствии с данными приложений 3-8 и представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1.

Динамика основных показателей финансово-хозяйственной деятельности ООО «Агрофирма «Металлург» за 2013-2015 гг.

| Показатели | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | Отклонение, +,- | | Темп роста, % | |
|-------------------------------------|---------|---------|---------|--------------------------|------------------------|--------------------------|------------------------|
| | | | | 2015 г. от 2013 г. | 2015г. от 2014г. | 2015 г. от 2013 г. | 2015г. от 2014г. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Выручка, тыс. руб., | 241187 | 237682 | 264184 | 22997 | 26502 | 109,53 | 111,15 |
| Себестоимость, тыс. руб. | 202893 | 204858 | 225858 | 22965 | 21000 | 111,32 | 110,25 |
| Прибыль от продаж, тыс. руб. | -1288 | -4538 | 1825 | 3113 | 6363 | -141,69 | -40,22 |
| Чистая прибыль (убыток), тыс. руб. | -6236 | -6644 | 573 | 6809 | 7217 | -9,19 | -8,62 |
| Среднесписочная численность, чел. | 232 | 240 | 246 | 14 | 6 | 106,03 | 102,50 |
| Производительность труда, тыс. руб. | 1039,6 | 990,342 | 1073,92 | 34,32 | 83,58 | 103,30 | 108,44 |
| Рентабельность продаж, % | -2,59 | -2,80 | 0,22 | 2,80 | 3,02 | -8,39 | -7,76 |

Из таблицы 2.1 видно, что производственная деятельность предприятия с каждым годом расширяется. Об этом свидетельствует то, что основной объемный показатель деятельности ООО «Агрофирма «Металлург» – выручка от реализации продукции в действующих ценах в 2015 году по сравнению с 2013 годом возросла на 9,53% (или 22997 тыс. руб.), а в 2015 году по сравнению с 2014 годом прирост составил 11,15% (или 26502 тыс. руб.).

Рассматривая себестоимость деятельности предприятия можно отметить ее опережающий рост относительно выручки предприятия. В совокупности с коммерческими и управленческими расходами в 2013 и 2014 году предприятие имело убытки от основной деятельности. В 2015 году предприятие получило прибыль в размере 1825 тыс. руб.

Рассматривая производительность труда работников можно отметить что за анализируемый период она увеличилась на 3,3 процента, что составило 34,32 тыс.руб.

Подводя итог проведенному исследованию можно отметить рост объемов деятельности предприятия и к концу анализируемого периода выходу предприятия из убытков, однако опережающий рост себестоимости может в дальнейшем снизить финансовый результат.

2.2. Анализ использования ресурсов ООО «Агрофирма «Металлург»

Анализ динамики валюты баланса, структуры активов и пассивов предприятия позволяет сделать ряд важных выводов, необходимых как для осуществления текущей финансово – хозяйственной деятельности, так и для определения конкурентоспособности компании .

Горизонтальный (временной) анализ - сравнение каждой позиции отчетности с предыдущим периодом.

Вертикальный (структурный) анализ - определение структуры

итоговых финансовых показателей с выявлением влияния каждой позиции отчетности на результат в целом (11).

В процессе анализа, прежде всего, следует оценить динамику активов и пассивов предприятия, изменения в их составе и структуре, дать им оценку.

Горизонтальный и вертикальный анализ бухгалтерского ООО «Агрофирма «Металлург» (приложение 2-4) представлен в таблицах 2.2 и 2.3.

Таблица 2.2

Горизонтальный анализ баланса ООО «Агрофирма «Металлург»

| Показатели | 2013 | 2014 | 2015 | Отклонение | | | |
|-----------------------------|--------|--------|--------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
| | | | | абсолютное, тыс. руб. | | относительное, % | |
| | | | | 2015 от 2013 | 2015 от 2014 | 2015 от 2013 | 2015 от 2014 |
| Актив | 234011 | 226007 | 226659 | -7352 | 652 | 96,86 | 100,29 |
| Внеоборотные активы | 93342 | 88309 | 82392 | -10950 | -5917 | 88,27 | 93,30 |
| Оборотные активы | 140669 | 137698 | 144267 | 3598 | 6569 | 102,56 | 104,77 |
| Запасы | 115128 | 123984 | 127186 | 12058 | 3202 | 110,47 | 102,58 |
| Дебиторская задолженность | 1166 | 881 | 1093 | -73 | 212 | 93,74 | 124,06 |
| Денежные средства | 24375 | 12745 | 15910 | -8465 | 3165 | 65,27 | 124,83 |
| Пассив | 234011 | 226007 | 226659 | -7352 | 652 | 96,86 | 100,29 |
| Капитал и резервы | 211752 | 205108 | 205681 | -6071 | 573 | 97,13 | 100,28 |
| Уставный капитал | 93290 | 93290 | 93290 | 0 | 0 | 100,00 | 100,00 |
| Нераспределенная прибыль | 118462 | 111818 | 4391 | -114071 | -107427 | 3,71 | 3,93 |
| Краткосрочные обязательства | 22259 | 20899 | 20978 | -1281 | 79 | 94,25 | 100,38 |
| Оценочные обязательства | 2052 | 2358 | 2647 | 595 | 289 | 129,00 | 112,26 |
| Кредиторская задолженность | 20207 | 18541 | 18331 | -1876 | -210 | 90,72 | 98,87 |

Изучение горизонтального анализа характеризуется сокращением валюты баланса в 2015 году по сравнению с 2013 годом на 7352 тыс. руб. в большей части данное изменение обусловлено снижением внеоборотных активов, основных средств в частности на 10950 тыс. руб., и приростом оборотных активов на 3598 тыс. руб., данный прирост оборотных активов обусловлен увеличением запасов на 12058 тыс. руб., при снижении денежных средств на 8465 тыс. руб.

В 2015 году по сравнению с 2013 годом прослеживается сокращение кредиторской задолженности на 1876 тыс. руб. и нераспределенной прибыли на 1 тыс. руб., что компенсировалось появлением добавочного капитала.

Для проведения вертикального анализа баланса составим табл. 2.3.

Таблица 2.3

Вертикальный анализ баланса ООО «Агрофирма «Металлург»

| Показатели | 2013 | 2014 | 2015 | Удельный вес, % | | | Отклонения, % | |
|-----------------------------|--------|--------|--------|-----------------|-------|-------|---------------|--------------|
| | | | | 2013 | 2014 | 2015 | 2015 от 2013 | 2015 от 2014 |
| Актив | 234011 | 226007 | 226659 | 100 | 100 | 100 | 0 | 0 |
| Внеоборотные активы | 93342 | 88309 | 82392 | 39,89 | 39,07 | 36,35 | -3,54 | -2,72 |
| Оборотные активы | 140669 | 137698 | 144267 | 60,11 | 60,93 | 63,65 | 3,54 | 2,72 |
| Запасы | 115128 | 123984 | 127186 | 49,20 | 54,86 | 56,11 | 6,92 | 1,25 |
| Дебиторская задолженность | 1166 | 881 | 1093 | 0,50 | 0,39 | 0,48 | -0,02 | 0,09 |
| Денежные средства | 24375 | 12745 | 15910 | 10,42 | 5,64 | 7,02 | -3,40 | 1,38 |
| Пассив | 234011 | 226007 | 226659 | 100 | 100 | 100 | 0 | 0 |
| Капитал и резервы | 211752 | 205108 | 205681 | 90,49 | 90,75 | 90,74 | 0,26 | -0,01 |
| Уставный капитал | 93290 | 93290 | 93290 | 39,87 | 41,28 | 41,16 | 1,29 | -0,12 |
| Нераспределенная прибыль | 118462 | 111818 | 4391 | 50,62 | 49,48 | 1,94 | -48,6 | -47,54 |
| Краткосрочные обязательства | 22259 | 20899 | 20978 | 9,51 | 9,25 | 9,26 | -0,26 | 0,01 |
| Оценочные обязательства | 2052 | 2358 | 2647 | 0,88 | 1,04 | 1,17 | 0,29 | 0,12 |
| Кредиторская задолженность | 20207 | 18541 | 18331 | 8,64 | 8,20 | 8,09 | -0,55 | -0,12 |

Исследование данных баланса в форме вертикального анализа прослеживается что в активной части наибольшая доля 63,65% относится к оборотным активам, в то время как к внеоборотным относится 36,35%, в связи с снижением суммы основных средств в 2015 году доля оборотных активов возросла на 3,54% пункта, соответственно доля внеоборотных активов на данную величину сократилась.

Исследование пассивной части отражает увеличение доли капитала и резервов на 0,26 % пункта, появления добавочного капитала

Структурный анализ краткосрочных обязательств характеризуется

ростом доли кредиторской задолженности на 8,2% пункта в 2015 году по сравнению с 2013 году.

Задача анализа ликвидности баланса возникает в связи с необходимостью давать оценку платежеспособности организации, т.е. способности своевременно и полностью рассчитываться по своим обязательствам.

Ликвидность баланса определяются как степень покрытия обязательств организации ее активами, срок превращения которых в деньги соответствует сроку погашения обязательств.

Для анализа ликвидности баланса ООО «Агрофирма «Металлург» представим в таблице 2.4 активы, сгруппированные по степени их ликвидности и обязательства, сгруппированные по степени их погашения.

Таблица 2.4

Группировка статей баланса по степени ликвидности

| | Статьи актива по степени ликвидности, тыс.руб. | | | | Статьи пассива по степени срочности обязательств, тыс.руб. | | | Степень ликвидности баланса | | |
|----|--|--------|--------|----|--|--------|--------|-----------------------------|---------|---------|
| | 2013 | 2014 | 2015 | | 2013 | 2014 | 2015 | 2013 | 2014 | 2015 |
| A1 | 24375 | 12745 | 15910 | П1 | 20207 | 18541 | 18331 | 4168 | -5796 | -2421 |
| A2 | 1166 | 881 | 1093 | П2 | 0 | 0 | 0 | 1166 | 881 | 1093 |
| A3 | 115128 | 123984 | 127186 | П3 | 0 | 0 | 0 | 115128 | 123984 | 127186 |
| A4 | 93342 | 88309 | 82392 | П4 | 211752 | 205108 | 205681 | -118410 | -116799 | -123289 |

Для определения ликвидности баланса сопоставляют итоги приведенных групп по активу и пассиву [24].

Баланс считается абсолютно ликвидным, если выполняется следующее условие: $A_1 \geq P_1; A_2 \geq P_2; A_3 \geq P_3; A_4 \leq P_4$.

В нашем случае:

в 2013г. $A_1 > P_1; A_2 > P_2; A_3 > P_3; A_4 < P_4$

в 2014г. $A_1 < P_1; A_2 > P_2; A_3 > P_3; A_4 < P_4$.

в 2015г. $A_1 < P_1; A_2 > P_2; A_3 < P_3; A_4 < P_4$.

То есть, только в 2013 году условия совпадало, из чего можно сделать вывод, что баланс ООО «Агрофирма «Металлург» недостаточно ликвиден.

Для более детального анализа ликвидности проведем анализ коэффициентов ликвидности (таблица 2.5).

Таблица 2.5

Показатели ликвидности ООО «Агрофирма «Металлург»

| Показатели | Нормативное значение | 2013 | 2014 | 2015 | Отклонения | |
|---|----------------------|------|------|------|--------------|--------------|
| | | | | | 2015 от 2013 | 2015 от 2014 |
| Коэффициент абсолютной ликвидности | $\geq 0,2-0,7$ | 1,21 | 0,69 | 0,87 | -0,34 | 0,18 |
| Коэффициент критической (быстрой) ликвидности | $\geq 0,7-1,5$ | 1,26 | 0,73 | 0,93 | -0,34 | 0,19 |
| Коэффициент текущей ликвидности | ≥ 2 | 6,96 | 7,42 | 7,87 | 0,90 | 0,44 |
| Коэффициент автономии | $\geq 0,5$ | 0,90 | 0,91 | 0,91 | 0,01 | 0,00 |
| Доля оборотных средств в активах | $\geq 0,5$ | 0,60 | 0,61 | 0,64 | 0,04 | 0,03 |

Коэффициент срочной (быстрой) ликвидности показывает, какая часть краткосрочных обязательств ООО «Агрофирма «Металлург» может быть немедленно погашена за счет средств на счетах, а также поступлений по расчетам. Значение данного коэффициента выше нормативных.

Коэффициент текущей ликвидности позволяет установить, в какой кратности текущие активы покрывают краткосрочные обязательства. Данный показатель является главным показателем платежеспособности. Значение данного коэффициента выше нормативных.

Коэффициент автономии возрастает, что говорит о сокращении зависимости от внешних источников финансирования на конец периода на 0,91. Устойчивость предприятия очевидна в связи с тем, что коэффициенты к концу периода, практически все достигли или превысили нормативное значение.

Финансовый результат деятельности компании выражается в изменении величины ее собственного капитала за отчетный период. Способность компании обеспечить неуклонный рост собственного капитала может быть оценена системой показателей финансовых результатов. Обобщенно наиболее важные показатели финансовых результатов

деятельности организации представлены в форме № 2 «Отчет о финансовых результатах» (приложение 5-7).

Показатели финансовых результатов (прибыли) характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования компании по всем направлениям его деятельности: производственной, сбытовой, снабженческой, финансовой и инвестиционной. Они составляют основу экономического развития компании и укрепления ее финансовых отношений со всеми участниками коммерческого дела. Горизонтальный и вертикальный анализ отчета о финансовых результатах ООО «Агрофирма «Металлург» представлен в таблицах 2.6 и 2.7.

Таблица 2.6

Горизонтальный анализ отчета о финансовых результатах

| Показатели | 2013 | 2014 | 2015 | Отклонение | | | |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
| | | | | абсолютное, тыс. руб. | | относительное, % | |
| | | | | 2015 от 2013 | 2015 от 2014 | 2015 от 2013 | 2015 от 2014 |
| Выручка | 241187 | 237682 | 264184 | 22997 | 26502 | 109,53 | 111,15 |
| Себестоимость | 202893 | 204858 | 225858 | 22965 | 21000 | 111,32 | 110,25 |
| Валовая прибыль | 38294 | 32824 | 28326 | -9968 | -4498 | 73,97 | 86,30 |
| Коммерческие расходы | 17997 | 17277 | 16613 | -1384 | -664 | 92,31 | 96,16 |
| Управленческие расходы | 21585 | 20085 | 19888 | -1697 | -197 | 92,14 | 99,02 |
| Прибыль (убыток) от продаж | -1288 | -4538 | 1825 | 3113 | 6363 | -141,69 | -40,22 |
| Проценты к получению | 2563 | 1545 | 2979 | 416 | 1434 | 116,23 | 192,82 |
| Прочие доходы | 3992 | 4354 | 4257 | 265 | -97 | 106,64 | 97,77 |
| Прочие расходы | 11503 | 8005 | 8447 | -3056 | 442 | 73,43 | 105,52 |
| Прибыль (убыток) до налогообложения | -6236 | -6644 | 573 | 6809 | 7217 | -9,19 | -8,62 |
| Чистая прибыль (убыток) | -6236 | -6644 | 573 | 6809 | 7217 | -9,19 | -8,62 |

Из данных таблицы 2.6 следует, что сумма выручки за анализируемый период увеличилась на 22997 тыс. руб. или 9,53% в 2015 году по сравнению с 2013 годом в то время как в 2015 году по сравнению с 2014 годом на 11,15%. Соразмерно росту выручки, соответственно увеличилась и себестоимость –

на 22965 тыс. руб. или 11,32%. На основе чего происходит сокращение валовой прибыли на 9968тыс. руб. или 26,03%.

В структуре выручки происходят значительные изменения.

Таблица 2.7

Вертикальный анализ отчета о финансовых результатах

| Показатель | 2012 | 2013 | 2014 | Уровень в выручке, % | | | Отклонение | |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|----------------------|-------|-------|--------------------|--------------------|
| | | | | 2013 | 2014 | 2015 | 2015 от 2013 | 2015 от 2014 |
| Выручка | 241187 | 237682 | 264184 | 100 | 100 | 100 | 0 | 0 |
| Себестоимость | 202893 | 204858 | 225858 | 84,12 | 86,19 | 85,49 | 1,37 | -0,70 |
| Валовая прибыль | 38294 | 32824 | 28326 | 15,88 | 13,81 | 10,72 | -5,16 | -3,09 |
| Коммерческие расходы | 17997 | 17277 | 16613 | 7,46 | 7,27 | 6,29 | -1,17 | -0,98 |
| Управленческие расходы | 21585 | 20085 | 19888 | 8,95 | 8,45 | 7,53 | -1,42 | -0,92 |
| Прибыль (убыток) от продаж | -1288 | -4538 | 1825 | -0,53 | -1,91 | 0,69 | 1,22 | 2,60 |
| Проценты к получению | 2563 | 1545 | 2979 | 1,06 | 0,65 | 1,13 | 0,06 | 0,48 |
| Прочие доходы | 3992 | 4354 | 4257 | 1,66 | 1,83 | 1,61 | -0,04 | -0,22 |
| Прочие расходы | 11503 | 8005 | 8447 | 4,77 | 3,37 | 3,20 | -1,57 | -0,17 |
| Прибыль (убыток) до налогообложения | -6236 | -6644 | 573 | -2,59 | -2,80 | 0,22 | 2,80 | 3,01 |
| Чистая прибыль (убыток) | -6236 | -6644 | 573 | -2,59 | -2,80 | 0,22 | 2,80 | 3,01 |

Исследование структурного анализа отчета финансовых результатов за исследуемый период отражает увеличение доли себестоимости, что говорит о отрицательной динамике изменения расходов на протяжении всего периода с 84,12% до 85,49%. Соответственно это способствовало сокращению валовой прибыли в структуре на 5,16% в 2015 году по сравнению с 2013 годом, и на 3,09% в 2015 году по сравнению с 2014 годом.

Анализ чистой прибыли характеризуется увеличением ее доли в 2015 году по сравнению с 2013 годом на 2,8%

Подводя итог проведенного исследования можно сказать что предприятие в целом улучшило результаты своей деятельности однако высокий уровень расходов и их опережающий рост говорит о недостаточном внимании данному направлению

2.3. Разработка мероприятий по внедрению инноваций в производство