Автономная некоммерческая организация

высшего профессионального образования Центросоюза Российской Федерации

**«Российский университет кооперации»**

# Волгоградский кооперативный институт (филиал)

**Кафедра *финансов***

КУРСОВАЯ РАБОТА

**ПО ДИСЦИПЛИНЕ**  ***Инвестиции***

 **НА ТЕМУ Инвестиции в инновации.**

**СТУДЕНТ (КА )** ***\_Бессонова Светлана Сергеевна\_***

 (Ф.И.О.)

**ФАКУЛЬТЕТА**  *Экономического .*

**ФОРМА ОБУЧЕНИЯ**  *Заочная сокращенная .*

**ГРУППЫ** **№** *3 ФК 81сз .*

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ**: /*08105 /Финансы и кредит*

 (шифр) (наименование)

Научный руководитель *\_\_\_ст. пр..* / ПОКИДОВА В.В. */*

 (Уч. степень,) (подпись) (Ф.И.О.)

***г. Волгоград 2010 / 2011 учебный год***

СОДЕРЖАНИЕ

 Стр.

Введение…………………………………………………………………… 3

Глава I. Инновационная деятельность в инвестиционном процессе

1.1 Понятие и сущность инноваций………………………………………. 5

1.2 Инновационная деятельность как объект инвестирования…………. 11

Глава II. Инновационный проект «Тепло в каждый дом»

2.1 Разработка инновационного проекта………………………………… 17

2.2 Расчет затрат на реализацию и оценка экономической эффективности инвестиционного проекта…………………………………………………. 19

Глава IIIЭкономическая необходимость внедрения инновации

на предприятии……………………………………………………………. 25

Заключение………………………………………………………………… 28

Список литературы………………………………………………………... 30

ВВЕДЕНИЕ

В рыночных условиях хозяйствования основной движущей силой экономического роста являются инновации, внедряемые как на производстве, так и в эксплуатации и при потреблении. Они в конечном счете определяют рост дохода предпринимателей, а также повышение стандартов уровня жизни населения.

Успех инновационной деятельности в значительной степени определяется формами ее организации и способами финансовой поддержки. По мере того как новые научные разработки и технологии становятся основополагающими составляющими национальной силы государства, развитые страны находят разнообразные возможности для поддержки и развития инноваций. При этом ширится разнообразие методов финансирования инновационной деятельности и спектр мероприятий по косвенной поддержке инноваций.

*Актуальность данной темы*состоит в том, что на сегодняшний день инновационная деятельность – это основополагающий стержень в управлении предприятием, который должен обеспечивать устойчивое экономическое развитие предприятия, повышение конкурентоспособности производимой им продукции и оказываемых услуг.

*Целью работы* является определение роли инновационных проектов в инвестиционной деятельности предприятия.

Для реализации данной цели были поставлены следующие *задачи*:

1. *Дать понятие и изучить сущность инноваций.*
2. *Выявить потребность инвестирования инновационной деятельности.*
3. *Составить бизнес план для инновационного проекта.*
4. *Провести расчеты экономических затрат и результатов на стадии формирования и реализации инвестиционных программ и проектов.*
5. *Осуществить выбор и обоснование управленческих решений в инновационной сфере на основе экономических критериев и оценок.*

*Теоретическая значимость* заключается в более глубоком исследовании и анализе роли инновационной деятельности в инвестиционной политики предприятия.

*Практическая значимость* данной работы заключается в получении теоретических и практических навыков по внедрению инновационных идей и технологий на предприятии.

*Предмет исследования* – инновационная деятельность.

*Объект исследования* – предприятие, вкладывающее инвестиции в инновационную деятельность.

**Глава I. Инновационная деятельность в инвестиционном процессе**

**1.1 Понятие и сущность инноваций.**

С возникновением расширенного воспроизводства стабилизировались тенденции экономического роста, появилась постоянно растущая потребность в усовершенствованиях - как на производстве, так и вне производственного процесса. Процессы усовершенствования были названы процессами нововведений, а затем инновационными процессами, хотя

существуют различные толкования инноваций и инновационных процессов.

Термин «инновация» происходит от английского «innovation» и в переводе означает «обновление, новизна, изменение».[[1]](#footnote-1)

В экономике этот термин был предложен австрийским экономистом И. Шумпетером, который определил его как коммерциализацию всех новых комбинаций, основанных на изменении в развитии:

* использование новой техники, технологических процессов или нового рыночного обеспечения производства;
* внедрение продукции с новыми свойствами;
* использование нового сырья;
* изменения в организации производства и его материально-технического обеспечения;
* появление новых рынков сбыта.

В проекте закона РФ от 18 марта 2010 «Об инновационной деятельности в Российской Федерации» приведено следующее определение: «инновация (нововведение) - конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности (инновация - процесс).

Существует множество определений понятия «инновация», из которых можно заключить, что инновация охватывает практически все сферы деятельности общества и может иметь как технологическую, так и организационную или процессную составляющие. В кратком словаре менеджера инновация (нововведение) характеризуется как:

* вложение средств в экономику, обеспечивающее смену поколений техники и технологии;
* новая техника, технология, являющаяся результатом научно - технического прогресса.[[2]](#footnote-2)

Следует различать изобретения и инновации. Изобретение - это новый продукт, инновация - новая выгода. Потребители нуждаются не в новом продукте, а в решениях, предлагающих новые выгоды. Новый товар становится успешной инновацией в том случае, если он отвечает четырем критериям:

1. **Важность**. Новый продукт или услуга должны предоставить такие выгоды, которые воспринимаются потребителями как
значимые. Например, разработка новых наручных часов, на которые дается столетняя гарантия точности, возможно, и
является выдающимся техническим решением, но оценят ли потребители предложенную выгоду как важную?
2. **Уникальность**. Выгоды нового товара должны восприниматься как уникальные. Если потребители уверены, что
существующие продукты обладают теми же преимуществами, что и новинка, она вряд ли получит высокую оценку.
3. **Устойчивость**. Новый продукт может предоставлять уникальные или важные выгоды, но если он легко воспроизводится конкурентами, его перспективы завоевания рынка представляются весьма туманными. Иногда препятствием на пути конкурентов становятся патенты, но в большинстве отраслей наиболее эффективными средствами обеспечения устойчивости инноваций являются «расторопность» компании на рынке и «сильные» торговые марки поставщика.
4. **Ликвидность.** Компания должна иметь возможность реализовать созданный товар, а для этого он должен быть надежным
и эффективным; должен продаваться по цене, которую могут себе позволить заплатить потребители; для доставки и
поддержки продукта компании должна разрабатывать эффективную систему распределения.[[3]](#footnote-3)

Многие компании выводят на рынок новые товары, которые не отвечают одному или нескольким из перечисленных критериев. Изобретатели, которые озабочены лишь технической новизной изделия, обычно мало интересуются потре­бительскими выгодами их детища. Например, в Bell Labs была разработана революционная модель транзистора, но компании не удалось вывести ее на рынок. А вот компании Sony нашли пути использования транзисторов для производства дешевых и надежных радиоприемников. Фактически, большинство действительно полезных и успешных инноваций не являются радикальными с точки зрения технологии, но оказываются очень эффективными в решении проблем потребителей.

Для целей экономического анализа и контроля используется ряд классификаций инноваций. Комплексный характер инноваций, их многосторонность и разнообразие областей и способов использования требуют разработки их классифи­кации. В таблице 1 предложен классификатор инноваций, использование которого позволяет оценивать их конкретнее, полнее, объективнее, комплексно определять их результативность, а также выявлять неоднородность инноваций и подбирать методы управления каждой из них.

 **Таблица 1. Классификация инноваций по П.Н. Завлину и А.В. Васильеву**

|  |  |
| --- | --- |
| Классификационный признак | Классификационные группировки инноваций |
| 1. Область применения. | •Управленческие•организационные•социальные• промышленные и др. |
| 2. Этапы НТП, результатом которых стала инновация | •Научные,•технические,•технологические,•конструкторские,•производственные,• информационные. |
| 3. Степень интенсивности. | •"Бум"•равномерная•слабая• массовая |
|
|
|
| 4. Темпы осуществления инноваций. | •Быстрые•замедленные•затухающие•нарастающие•равномерные• скачкообразные. |
| 5. Масштабы инноваций. | •Трансконтинентальные•транснациональные•региональные•крупные•средние• мелкие. |
| 6. Результативность. | •Высокая•низкая• средняя. |
| 7. Эффективность инноваций. | •Экономическая•социальная•экологическая• интегральная. |

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.[[4]](#footnote-4)

Для полной характеристики инноваций как объекта управления необходимо раскрыть понятие инновационной деятельности.

**Инновационная деятельность** — это комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, направленный на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования. Результатом инновационной деятельности являются новые или дополнительные товары или услуги с новыми качествами. Также инновационная деятельность может быть определена как деятельность по созданию, освоению, распространению и использованию [инноваций](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F).[[5]](#footnote-5)

Инновация выполняет следующие три функции:

1. воспроизводственную;
2. инвестиционную;
3. стимулирующую.

Воспроизводственная функция означает, что инновация представляет собой важный источник финансирования расширенного воспроизводства. Смысл воспроизводственной функции состоит в получении прибыли от инновации и использовании ее в качестве источника финансовых ресурсов.

Прибыль, полученная за счет реализации инновации, может использоваться по различным направлениям, в том числе и в качестве капитала. Этот капитал может направляться на финансирование новых видов инноваций. Таким образом, использование прибыли от инновации для инвестирования составляет содержание инвестиционной функции инновации.

Получение предпринимателем прибыли за счет реализации инновации прямо соответствует основной цели любой коммерческой организации. Прибыль служит стимулом для предпринимателя для внедрения новых инноваций; побуждает его постоянно изучать спрос, совершенствовать организацию маркетинговой деятельности, применять современные методы управления финансами. Все вместе это составляет содержание стимулирующей функции инновации.[[6]](#footnote-6)

Большая часть некрупных инновационных предприятий создана в начале 90-х гг. Основная масса ведет исследования и разработки или ведет опытно-констукторские работы по широкому спектру направлений: сельское хозяйство, экология, энергетика, геологоразведка. За время рыночной экономики инновационный сектор, увы, не удивил нас темпами развития. Инновационная продукция в России, по исследованиям специалистов, не набирает 1%. Для сравнения: этот показатель в Финляндии более 30%, в Италии, Португалии, Испании - от 10% до 20%. Директор прикладных программ ЦЭФИР Ксения Юдаева, размышляя об инновационном секторе в стране, делает вывод: "В России нет культуры работать на рынок в инновационном секторе ". Она определяет два признака, определяющих уровень инновационности экономики: уровень экономического развития страны и сравнительные преимущества, конкурентные, сырьевые и прочие. Россия пока - страна, развивающаяся средними темпами. Пожалуй, культура инвестиций, источники и обращение с ними для инновационного сектора - тоже определенный критерий, индикатор, по которому можно следить за развитием "новой" продукции и рынка.

**2.1 Инновационная деятельность как объект инвестирования**

Инновации в любом из секторов экономики требуют финансовых вложений. Для того чтобы извлечь дополнительную прибыль, повысить эффективность деятельности организации, получить социально-экономический эффект, необходимо осуществить финансовые вложения. При этом установлена зависимость: чем на больший успех рассчитывает предприниматель в будущем, тем к большим затратам он должен быть готов в настоящем.

Тем не менее, проблема выбора объекта финансовых вложений для предпринимателя не ограничивается предельной суммой инвестиций. Исследования показали, что наибольшей эффективностью обладают вложения в инновации, где предприниматель имеет возможность получать сверхприбыль. Высокий потенциал эффективности инноваций обеспечивает спрос на нововведения со стороны предпринимателей, формируя рынок научно-технических, организационных, экономических и социальных новшеств.[[7]](#footnote-7)

В качестве источников инвестиций могут выступать ассигнования бюджетов всех уровней, иностранные инвестиции, собственные средства организаций, а также аккумулированные в форме финансового капитала временно свободные средства организаций, финансово-кредитных учреждений и сбережения населения.

*Бюджетные ассигнования*на разработку и реализацию инноваций ограничены доходами бюджетной системы. При этом в зави­симости от политико-экономических условий направления формы и размеры бюджетных инвестиций в инновации имеют существен­ные различия.

 Бюджетный кризис, характерный для экономики развивающихся стран, а также для государств, осуществляющих макроэкономические преобразования, ограничивает возможности государственного участия в развитии инновационных процессов.

В самом общем виде существующая система бюджетного финансирования инновационной сферы представлена ниже (таблица 2)

**Таблица 2**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Объекты бюджетного финансирования** | Приоритетные направления НТП | Федеральные инновационные программы | Контакты на выполнение госзаказа |
| Государственные научно - технические программы |
| Международные проекты и программы |
| Целевые бюджетные фонды | Российский фонд фундаментальных исследований | Гранты, финансовое обеспечение инициативных перспективных проектов и работ |
| Российский гуманитарный научный фонд  |
| Фонд содействия развитию малых предприятий в научно-технической сфере |
| Базовое финансирование стратегического ядра | Академический сектор, включая высшую школу  |   |
| Государственные научные центры, лаборатории |
| Содержание уникальных объектов опытно-экспериментальной базы  |

*Иностранные инвестиции*в инновационную деятельность могут осуществляться как в форме межгосударственных, межправительственных программ по научно-техническому и экономическому сотрудничеству, так и в форме частных инвестиций от зарубежных финансовых организаций и частных предпринимателей. В то же время достаточно активными являются международные частные инвестиции на развивающихся рынках.

Американские инвестиционные фонды, немецкие банки и другие частные инвесторы стремятся обеспечить высокую доходность собственных инвестиций с помощью международной диверсификации деятельности. Риск инвестиций в развивающиеся рынки достаточно высок, но он, как правило, обеспечивается большей доходностью вложений. При этом наиболее привлекательными для внешних инвесторов являются сырьевые и перерабатывающие отрасли промышленности, поскольку, как правило, эти отрасли не требуют предварительных значительных инвестиций, а достаточное для конкурентоспособности качество вывозимых на экспорт сырья, заготовок и полуфабрикатов может быть обеспечено без использования последних достижений научно-технического прогресса. В России в настоящее время наиболее привлекательными объектами инвестирования являются предприятия пищевой промышленности и сфера услуг, поскольку при относительно небольших инвестициях позволяют быстро вернуть вложенные средства.

*Собственные средства организаций*остаются основным источником финансирования инновационной деятельности. При принятии решения о реализации нововведения инвестор сталкивается с проблемой определения нижней границы доходности инвестиций, в качестве которой, как правило, выступает норма прибыли.

Если в качестве инвестора выступает сам инициатор инновации, то при принятии решения об инвестировании он исходит из внутренних ограничений, к которым в первую очередь относятся цена капитала, внутренние потребности производства (объем необходимых собственных средств для реализации производственных, технических, социальных программ). К внешним факторам относится ставка банковских депозитов, цена привлеченного капитала, условия отраслевой и межотраслевой конкуренции.

Руководство компании — инноватора сталкивается, как минимум, с одной альтернативой инвестиций — вложить временно свободные средства в банковские депозиты или государственные ценные бумаги, получая гарантированный доход без дополнительной высоко рискованной деятельности. Поэтому доходность инновационных проектов должна превосходить ставку по банковским депозитам и доходность предъявленных к погашению государственных ценных бумаг. Таким образом, цена капитала определяется как чистая доходность альтернативных проектов вложения финансовых средств.

 Отрасли, которые в годы проведения макроэкономических реформ в России сохранили достаточный объем оборотных средств, в настоящее время получили реальный шанс активно осуществлять инновационную деятельность. В первую очередь это относится к отрасли связи, где за счет малой длительности производственного цикла предприятия практически не испытывали влияния инфляции и создали достаточный резерв для осуществления научно-технических проектов.

Организации с длительным технологическим циклом производства в условиях инфляции не смогли сохранить собственные обо­ротные средства, что привело к их тяжелому финансовому положению. Поэтому в настоящее время практически все организации промышленности лишены реальной возможности финансирования инновационной деятельности за счет собственных средств. Хотя, как показывает мировая практика, 80—90% инноваций в мире финансируются промышленными компаниями преимущественно за счет собственных финансовых средств.

*Финансовый капитал*формируется за счет аккумулирования средств юридических лиц и граждан в финансово-кредитных уч­реждениях

На этапе разработки и реализации инноваций рынок капитала выступает как один из главных факторов общественного признания инноваций. Без достаточного финансового обеспечения жизненный цикл инновации ограничивается стадией «идея». Любое новшество должно быть на рынке капитала инвестиционно - привлекательным и конкурентоспособным. Поэтому наряду с показа­телями инновационности проектов не менее важными в рыночных условиях становятся финансово-экономические показатели:  объем инвестиций;   ожидаемая доходность (рентабельность);   срок окупаемости;   чистый доход и др.[[8]](#footnote-8)

К другим внеэкономическим факторам инвестиционной привлекательности инновации может быть отнесена отраслевая при­надлежность как идеи для последующей практической реализации, так и предприятия - инноватора. Сверх привлекательный иннова­ционный проект, может быть отвергнут только потому, что у фирмы - инноватора нет достаточного опыта работы в той отрасли, где необходимо реализовать проект. Или, наоборот, фирма вынуждена искать альтернативные сегменты рынка, если речь идет о меж­отраслевой диверсификации.

Наиболее популярным на Западе способом увеличения собственных средств компании является эмиссия акций. Однако в отличие от других источников собственных средств этот ресурс является платным, поскольку акционеры приобретают акции в расчете на дивиденды. Недостаточный размер дивидендов может привести к тому, что вновь выпускаемые акции для финансирова­ния инновационной деятельности окажутся неразмещенными. В России корпоративные отношения находятся в стадии форми­рования, поэтому эмиссии ценных бумаг под инновационную деятельность проводятся достаточно редко.

За исключением беспроцентных ссуд, привлеченный капитал выдается на условиях возвратности, срочности и платности, т.е. представляет собой кредиты в различной форме. Наряду с традиционной формой кредитования в инновационной деятельности широкое распространение получили лизинг, форфейтинг и франчайзинг.

*Лизинг —*долгосрочная аренда машин и оборудования на срок до 20 лет. Арендодатель за свой счет приобретает необходимое оборудование и сдает его в аренду арендатору. При этом права собственности на оборудование остаются у арендодателя. По оконча­нии лизингового договора арендатор может вернуть арендодателю арендуемое имущество или выкупить объект лизинга по остаточ­ной стоимости. В течение всего срока эксплуатации арендатор перечисляет плату за пользование арендованным имуществом, вклю­чающую амортизацию и доход арендодателя.

*Форфейтинг —*финансовая операция, превращающая коммерческий кредит в банковский. Инвестор при отсутствии достаточ­ных средств для инноваций выписывает комплект векселей. Сроки погашения векселей равномерно распределены во времени. Таким образом, инвестор получает отсрочку в платежах и гарантии банка по обеспечению платежей. Форфейтинговые операции для инноватора являются гарантией надежности финансового партнера.

Наиболее полной финансовой схемой привлечения инвестиционных ресурсов в инновационную деятельность является *франчай­зинг.*Франчайзинг предусматривает тиражирование инноваций с привлечением крупного капитала. Кроме финансовых средств по договору франшизы инноватору могут быть переданы нематериальные активы (технологии, ноу-хау), торговый знак и репутация фирмы и т.п. Франчайзинг сочетает в себе преимущества кредита и лизинга.

Движущие мотивы финансирования инновационной деятельности существенно зависят от того, реализуется ли инновация на свои или привлеченные средства. Однако для большинства инноваций в случаях финансирования и за счет собственных средств, и за счет привлечения финансовых ресурсов в основе лежит показатель цены капитала.

**Глава II. Инновационный проект «Тепло в каждый дом»**

**2.1 Разработка инновационного проекта**

Постоянные нововведения – это главный фактор преуспевания на рынке любой организации. В настоящее время быстро сокращается жизненный цикл услуги, резко обостряется конкуренция, повышаются требования потребителя к продукции. Чтобы выжить в такой обстановке фирма вынуждена непрерывно улучшать и преобразовывать свои продукты, услуги, совершенствовать производственные и управленческие процессы.

Усиление конкуренции на рынке пиломатериалов привело организацию ООО «Стружка» (пилорама и цех для обработки древесины) к необходимости разработки нового продукта – отопительные блоки из опилок и отходов производства для отопления печей котлов и каминов.

**Название инновационной идеи**: «Тепло в каждый дом».

**Организационно-юридическая сторона предприятия**: Данное производство предполагается на основе созданного 4 года назад ООО «Стружка».

Реализация этой идеи имеет ряд целей:

**Краткосрочные цели**: заинтересовать потребителей в новом виде товара, удовлетворить существующую потребность жителей в дешевом и по своим характеристикам качественном продукте для отопления печей, каминов и т. д.

**Долгосрочные цели**: получить стабильную прибыль, занять лидирующее положение в сфере предпринимательства, расширить сферы деятельности и связи с партнерами и клиентами на мировом рынке.

**Инновационное предложение:** производствоотопительных блоков из опилок и отходов производства для отопления печей котлов и каминов. Инновационная продукция имеет узкоспециализированную направленность и может применяться только в домах где нет другого отопления кроме как печное.

Данный вид продукции будет удовлетворять потребности людей, которые не имеют возможности заготавливать на зиму дрова в силу дороговизны, наша же продукция будет продаваться в строительных и бытовых магазинах и цена будет довольно доступна.

**Техническое обоснование.**

**Описание:** Блок для отопления состоит из прессованных опилок и отходов производства пиломатериалов, при сгорании он выделяет намного больше тепла, чем обычное дерево (дрова), и горит намного дольше, что позволяет затрачивать меньше средств на отопление.

**Конструкция**: Данный продукт состоит из опилок, других отходов производства пиломатериалов и органического клея после сгорания, которого не наносится какой - либо вред окружающей среде.

Блоки для отопления производятся в виде небольших брикетов, что очень удобно при укладывании их в печь.

**Требуемый объем инвестиций**: 1500000 рублей.

**Форма участия инвестора:** Для реализации этой идеи наша фирма берет кредит в банке на развитее малого предпринимательства в размере полутора миллионов рублей, для приобретения оборудования и органического клея, а также проведения активной рекламы продукта.

**План маркетинга.**

**Потребитель.** Основным потребителем данной продукции будут жители города Волгограда и Волгоградской области.

**Маркетинговое обоснование.** Перед началом разработки проекта наша организация провела изучение рынка пиломатериалов на наличие подобной продукции, в данном сегменте рынка конкурентов не обнаружено что позволит быстро внедрить товар на рынок пиломатериалов в Волгоградской области.

Для проникновения и завоевания рынка организация проводит широкую рекламную компанию, в ходе которой делается акцент на уникальные свойства товара: высокую теплоотдачу при горении и длительность сгорания одного блока, а так же удобство при эксплуатации.

**Ценообразование.** Ценовая политика предприятия в рыночных условиях должна быть направлена на полную реализацию продукции с одновременным обеспечением прибыли, достаточной для нормального функционирования предприятия и обеспечения коллективу работников необходимого жизненного уровня.

**План производства.**

**Место расположения.** Производственная линия по производству блоков для отопления будет располагаться на территории пилорамы ООО «Стружка», используя его помещения под производственные и складские нужды.

**2.2 Расчет затрат на реализацию и оценка экономической эффективности инвестиционного проекта.**

*Экономическая эффективность инновационного проекта* – результат производственной деятельности, инновационного проекта, выражаемый в виде соотношения между полученным экономическим эффектом к затратам факторов, ресурсов, обусловившим получение этого результата; достижение наибольшего объема производства с применением имеющегося ограниченного количества ресурсов или обеспечение заданного выпуска при минимальных затратах.

Для экономического обоснования проекта вначале необходимо рассчитать все затраты и установить цену за единицу товара.

Затраты предприятия – уменьшение экономических выгод в результате выбытия денежных средств, иного имущества или возникновение обязательств, приводящее к уменьшению капитала.

Затраты ООО «Стружка» состоят из расходов на покупку оборудования для производства данной продукции (пресс, дробилка, конвейерная лента, сушка для опилок и погрузчик для перевозки сырья) в размере 1 350 000 рублей, а так же партии органического клея в размере 50 000 рублей, дизельного топлива для организации работы погрузчика в размере 50 000 рублей и затраты на рекламу в размере 50 000 рублей.

Для определения полных затрат на реализацию проекта составим смету затрат (табл.3).

 Таблица 3.

**Смета затрат на реализацию инновационного проекта.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Статьи расходов | Расчет затрат | Итого, руб. |
| 1.Оборудование для производства продукции | - | 1 350 000 |
| 2.Покупка партии органического клея | - | 50 000 |
| 3.Приобретение 2 000 литров дизельного топлива | 25\*2 000 | 50 000 |
| 4. Рекламная компания | - | 50 000 |
| Итого |  | 1 500 000 |

Таким образом, полные затраты на реализацию инновационного проекта (или полная себестоимость) составят 1 500 000 руб.

Исходя из полной себестоимости инновационного проекта, рассчитаем отпускную цену единицы товара (отопительного блока).

Существуют разнообразные методы определения цен на товары. Исходя из того, что берется за основу цены, их можно разделить на три группы: исходя из цен конкурентов, исходя из потребительской стоимости товара и исходя из затрат на реализацию. Для установления цены на отопительные блоки мы будем исходить из уровня текущих затрат на реализацию проекта. Уровень рентабельности (% прибыли) примем равным 9,3%. Расчет цены единицы продукции приведен в таблице 4.

 **Таблица 4.**

**Определение цены единицы отопительного блока.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатель | Расчет | Итого, руб. |
| 1.Полная себестоимость единицы продукции. | 1 500 000 / 18 300 | 81,9 |
| 2. Рентабельность |  | 9,3% |
| 3. Прибыль  | 81,9 × 0,093 | 7,6 |
| 4.Оптовая цена (округленная) | 81,9 + 7,6 | 89,5 |
| 5. НДС (18%) | 89,5 × 0,18 | 16,1 |
| 6.Отпускная цена | 89,5 + 16,1 | 105,6 |

Таким образом, розничная цена единицы отопительного блока 105.6 руб.

Для вывода о целесообразности рассматриваемого инновационного проекта рассчитаем ряд таких показателей эффективности как чистая современная (текущая) стоимость (методом дисконтирования), период окупаемости, рентабельность инноваций.

*Дисконтирование* – процесс определения современной текущей стоимости (PV) при известной будущей стоимости (FV).

*Будущая стоимость* – денежная сумма, которая будет получена по истечению определенного времени от настоящего. Будущая стоимость определяется по формуле (1):

**FV = PV × ****

 Где r – процентная ставка (ставка дисконтирования),

n – количество периодов (лет),

 - коэффициент наращивания, т.е. наращивание PV до уровня FV.[[9]](#footnote-9)

*Текущая стоимость* – оценка величины будущей стоимости при предположении, что она будет получена не в будущем, а сейчас. Процесс определения современной текущей стоимости на основе известной будущей стоимости определяется по формуле (2):

****

 Где  - коэффициент дисконтирования, при помощи которого вычисляется дисконта.

Для вычисления получаемого дохода, рассчитаем планируемый объем реализации, исходя из установленных процентов продаж:

1-ый год: 18 300\*0,20 = 3 660 шт.

2-ой год: 18 300 \*0,30 = 5 490 шт.

3-ий год: 18 300 \* 0,50 = 9 150 шт.

Получаемый доход составит:

1-ый год: 3 660 × 105,6 = 386 496 руб.

2-ой год: 5 490 × 105,6 = 579 744 руб.

3-ий год: 9 150 × 105,6 = 966 240 руб.

Рассчитаем коэффициент дисконтирования при процентной ставке 10%

1-ый год: 

2-ой год: 

3-ий год: 

Подставляя в формулу (2) рассчитанные данные, получим:

1-ый год: 386 496 \* 0,909 = 351 354,8 руб.

2-ой год: 579 744 \* 0,826 = 478 868,5 руб.

3-ий год: 966 240 \* 0,751 = 878 312,16 руб.

Для наглядности представим рассчитанные данные в таблице 5.

 **Таблица 5.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Год | Планируемый объем реализации | Доход | r = 10% | PV |
| 1 | 3 660 | 386 496 | 0,909 | 351 354,8 |
| 2 | 5 490 | 579 744 | 0,826 | 478 868,5 |
| 3 | 9 150 | 966 240 | 0,751 | 878 312,2 |
| Итого | 18 300 | 1 932 480 |  | 1 708 535,5 |

Определим чистую текущую стоимость NPV:

**NPV = ∑PV-Z,**

Где Z – полная себестоимость проекта.

NPV =1 708 535,5 - 1 500 000 = 208 535,5 руб.

Полученное неотрицательное значение чистой современной стоимости означает, что проект не только покрывает издержки, но и приносит прибыль, и, следовательно, его целесообразно доводить до стадии коммерциализации.

*Рентабельность инноваций* – степень прибыльности, характеризует эффективность затрат на реализацию инновационного проекта. Рассчитывается по формуле:

**Rпр = (∑NPVi / ∑Z)**, где

∑NPVi – чистая современная стоимость за три года реализации проекта,

∑Z – полная себестоимость проекта.

В нашем случае, рентабельность инновационного проекта составит:

Rпр = 1708535,5 / 1500000 = 1,139

Так как полученное значение >1, то проект можно считать эффективным.

*Срок окупаемости* (PP) – время за которое произойдет возврат затрат за счет будущих доходов, т.е. время за которое сумма поступлений от реализации проекта покроет сумму затрат на него. Срок окупаемости измеряется в годах, месяцах и рассчитывается по формуле:

**PP = ∑Z / D**, где

D – денежные поступления от реализации проекта.

Для нашего проекта срок окупаемости составит:

PP = 1 500 000 / 1 932 480 = 0,776.

Таким образом, затраты на реализацию инновационного проекта окупятся уже через 8 месяцев после начала внедрения проекта. Это доказывает то, что проект имеет хорошую возможность для реализации и будет являться доходным проектом.

**Глава III. Экономическая необходимость внедрения инновации на предприятии.**

Во всем мире инновации сегодня –это не прихоть, а необходимость выживания, сохранения конкурентоспособности и дальнейшего процветания. Опыт экономически развитых стран показывает, что победителем в борьбе за потребителя оказывается тот, кто строит свою деятельность преимущественно на основе инновационного подхода и главной целью стратегического плана ставит разработку новых товаров и услуг. Это связано с тем, что на предприятия оказывает давление внешний и внутренний рынок. Изменяется поведение потребителей, они становятся все более требовательными и разборчивыми, а в ситуации, когда на рынке представлено много похожих, а то и вовсе одинаковых товаров и услуг, даже небольшое преимущество в качестве или в цене становится решающим.

 Усиление конкуренции на рынке пиломатериалов привело организацию ООО «Стружка» (пилорама и цех для обработки древесины) к необходимости разработки нового продукта – отопительные блоки из опилок и отходов производства для отопления печей котлов и каминов. Этот инновационный проект позволит предприятию получать дополнительный доход и в дальнейшем стать лидером на рынке.

Инновационный проект «Тепло в каждый дом» позволит ООО «Стружка»заинтересовать потребителей в новом виде товара, удовлетворить существующую потребность жителей в дешевом и по своим характеристикам качественном продукте для отопления печей, каминов и т. д. А также получить стабильную прибыль, занять лидирующее положение в сфере предпринимательства, расширить сферы деятельности и связи с партнерами и клиентами на мировом рынке.

Инновацией являются блоки для отопления состоящие из прессованных опилок, отходов производства пиломатериалов и органического клея.

Во-первых ООО «Стружка» будет иметь возможность избавится от отходов при распиле бревен на доски и брусья.

Во-вторых блоки состоят почти из 80% опилок, что позволит предприятию сэкономить на сырье.

В-третьих у предприятия имеются свои торговые точки на которых они без посредников могут продавать свой товар.

К тому же рыночная ситуация меняется стремительно. Предприятие, желающее шагать в ногу со временем, должно постоянно совершенствовать методы управления персоналом, способы взаимодействия с партнерами и клиентами, внимательно следить за действиями конкурентов, своевременно предпринимать те или иные шаги на рынке и внедрять новые технологии. По сути, жизнь предприятия, как и жизнь человека, бесконечная череда изменений. Остановка означает деградацию, а деградация – это гибель.

Инновационная активность ООО «Стружка» может стать одним из основных условий формирования его конкурентоспособной стратегической перспективы, удержания и расширения рыночной ниши. Поэтому предприятия, преодолевая экономические трудности, начало повышать инновационную активность, вести разработки в области технологических инноваций. Внедрение инноваций на предприятиях все больше рассматривается ими как единственный способ повышения конкурентоспособности производимых товаров, поддержания высоких темпов развития и уровня доходности.

Однако стоит отметить, что благоприятно влияют на предприятия далеко не все нововведения, они вполне могут нанести и ущерб. Инновации всегда носят рисковый характер и к их внедрению и разработке необходимо подходить осознанно, учитывая возможность потери вложенных средств. По данным Harvard business review, до 70% инноваций в организациях заканчиваются провалом или не достигают запланированного результата. Но предприятия, даже успешные на данный момент, но не занимающиеся инновациями, рано или поздно все же столкнутся с трудностями, рынок требует постоянного обновления, и нет ничего постоянного, особенно когда речь заходит о конкурентоспособности.

**Заключение**

Таким образом, из исследований, проведенных в данной работе можно сделать выводы, что основной движущей силой экономического роста являются инновации, внедряемые как на производстве, так и в эксплуатации и при потреблении. Они в конечном счете определяют рост дохода предпринимателей, а также повышение стандартов уровня жизни населения.

Инновация (нововведение) - конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности. Инновация должна ориентироваться на рынок, руководствоваться его потребностями.

Новый товар становится успешной инновацией в том случае, если он отвечает четырем критериям: важность, уникальность, устойчивость, ликвидность. Инновация выполняет следующие три функции: воспроизводственную; инвестиционную; стимулирующую.

Инновации в любом из секторов экономики требуют финансовых вложений. В качестве источников инвестиций могут выступать ассигнования бюджетов всех уровней, иностранные инвестиции, собственные средства организаций, а также аккумулированные в форме финансового капитала временно свободные средства организаций, финансово-кредитных учреждений и сбережения населения.

Для осуществления предприятием инновационной деятельности оно должно иметь такую структуру и такой настрой, которые способствовали бы созданию атмосферы предпринимательства, атмосферы восприятия новых благоприятных возможностей. Так инновационный проект «Тепло в каждый дом» позволит ООО «Стружка»заинтересовать потребителей в новом виде товара, удовлетворить существующую потребность жителей в дешевом и по своим характеристикам качественном продукте для отопления печей, каминов и т. д. А также получить стабильную прибыль, занять лидирующее положение в сфере предпринимательства, расширить сферы деятельности и связи с партнерами и клиентами на мировом рынке.

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.[[10]](#footnote-10)

**Список литературы**

1. Проект ФЗ РФ «Об инновационной деятельности в Российской Федерации» от 18 марта 2010

Аньшина В.М Инновационный менеджмент: Уч.пособие.- М.2007,

584 с.

1. Афонин И.В. Инновационный менеджмент: Уч.пособие.- М.2008, 412 с.

Завнина П.Н. Основы инновационного менеджмента: Финансы. –М. 2008, 246с.

Корчагин Ю.А. Инвестиции и инвестиционный анализ: Уч.пособие.- Ростов н/Д., 2010, 608 с.

Морозов Ю.П. Инновационный менеджмент: Уч.пособие.- М. 2008, 356 с.

Переходов В.Н. Основы управления инновационной деятельностью. –М, 2008, 244 с.

1. Поршнева А.Г Управление организацией— М.: ИФРА-М, 2008, 248с.
2. Сурин А.В. Инновационный менеджмент: Уч.пособие.- М.2008, 368 с.
3. Фатхундинов Р.А. Инновационный менеджмент: Уч.пособие.- П.2010, 448с
4. Баутин В. Новизна или повторение пройденного? //АПК: экономика, управление.-2009-№6. С10
5. Белова Н. Экономика «Инновации» // Российская газета ,- 2009,-№4899 (75) С.9
6. Берзон Н. Формирование инвестиционного климата в экономике // Вопросы экономики.-2008- №7, С 24-27
7. Гохберг Л. Национальная инновационная система России в условиях «новой экономики» //Вопросы экономики.2006, №3 С. 26-44
8. Сухарев О. О приоритетах инновационного развития экономики // Инвестиции в России ,-2010,-№, С. 31-36
9. Тодойсийчук А.В Проблемы и перспективы перехода российской экономики на инновационный путь развития // Инвестиции в России ,-2010,-№5, С. 20-28
10. Устенко О.Л. Теория экономического риска : Монография - К., 2008г

www finaasy.ru Методы учета фактора времени в финансовых операциях.

www.institutiones.com Инновационная составляющая инвестиционных процессов. Нарышкин С.

1. Переходов В.Н. Основы управления инновационной деятельностью. –м.6 ИНФА-М, 2008. С7 [↑](#footnote-ref-1)
2. Переходов В.Н. Основы управления инновационной деятельностью. –м.6 ИНФА-М, 2008. С7 [↑](#footnote-ref-2)
3. Баутин В. Новизна или повторение пройденного? //АПК: экономика, управление.-2009-№6. С10 [↑](#footnote-ref-3)
4. Афонин И.В. Инновационный менеджмент: Уч.пособие.- М.2008, С.36 [↑](#footnote-ref-4)
5. Сурин А.В. Инновационный менеджмент: Уч.пособие.- М.2008, С. 123 [↑](#footnote-ref-5)
6. Завнина П.Н. Основы инновационного менеджмента: Финансы. –М. 2008, С.86 [↑](#footnote-ref-6)
7. . Аньшина В.М Инновационный менеджмент: Уч.пособие.- М.2007, С. 264 [↑](#footnote-ref-7)
8. Сухарев О. О приоритетах инновационного развития экономики // Инвестиции в России ,-2010,-№, С. 31-36 [↑](#footnote-ref-8)
9. www finaasy.ru Методы учета фактора времени в финансовых операциях. [↑](#footnote-ref-9)
10. Тодойсийчук А.В Проблемы и перспективы перехода российской экономики на инновационный путь развития // Инвестиции в России ,-2010,-№5, С. 20-28 [↑](#footnote-ref-10)