

Министерство образования и науки РФ
Автономная некоммерческая организация высшего образования
Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
Факультет заочного обучения
Кафедра экономики и кадастра
Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования
Направление подготовки 38.03.01 «Экономика»
Профиль «Экономика предприятий и организаций городского хозяйства»

ДОПУСКАЕТСЯ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой:

д.э.н., профессор Рамзаев В.М.



ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
«ПОВЫШЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ЗАО
«ВОСХОД»»

Выполнила:

Катышова Ю.Ф., группа ЗЭ-25А



Научный руководитель:

к.э.н., доцент Кузнецова О.В.



Самара
2017

Оглавление

Введение	4
1 Теоритические основы инновационной деятельности организации	7
1.1 Понятие инноваций и инновационной деятельности на предприятии.....	7
1.2 Организация инновационной деятельности на предприятии.....	12
1.3 Особенности реализации инновационного проекта	20
2 Анализ инновационной деятельности ЗАО «Восход»	27
2.1 Общая характеристика деятельности ЗАО «Восход»	27
2.2 Анализ инновационной деятельности ЗАО «Восход»	33
2.3 Перспективы инновационного развития ЗАО «Восход»	42
3 Повышение эффективности инновационной деятельности на предприятии ЗАО «Восход».....	45
3.1 Выбор пути инновационного развития ЗАО «Восход».....	45
3.2 Оценка экономической эффективности инновационного проекта.....	48
Заключение.....	62
Список использованных источников	65
Приложения	67

Введение

В современных условиях развития конкурентной среды одним из основных способов решения экономических, социальных и экологических проблем является использование новейших достижений науки и техники. Каждая компания стремится к тому, чтобы экономический рост был интенсивным, т.е. был следствием применения более совершенных факторов производства и технологий. Предпосылкой интенсивного роста является использование в практической деятельности предприятий инновационной стратегии.

Технологические инновации играют все большую роль в обеспечении интенсивного экономического роста, превращая деятельность по исследованиям и разработкам в области науки и технологии в более высокую производительность труда и другие показатели экономического роста, разрешая другие экономические проблемы, стоящие перед каждым предприятием.

Таким образом, инновационная деятельность понимается как вид деятельности, связанный с трансформацией идей (обычно результатов научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений) в технологические инновации – новые или усовершенствованные продукты или услуги, внедренные на рынке, новые или усовершенствованные технологические процессы или способы производства (передачи) услуг, использованные в практической деятельности.

Необходимо отметить, что в основе стратегического управления лежит фактор адаптации, приспособления фирмы к изменяющимся условиям среды. Очевидно, что для этого фирма должна что-либо изменить в своей структуре, т.е. внедрить инновацию, которая позволит, во-первых, сохранить существующее положение фирмы, и, во-вторых, получить новые конкурентные преимущества.

Инновации представляют собой эффективную оборонительную реакцию фирмы на возникающие угрозы потери места на рынке, постоянное давление со стороны конкурентов, вызов новых технологий, сокращение срока жизни продуктов, законодательные ограничения и изменение ситуации на рынке. В наступательном

варианте инновация - средство использования новых возможностей сохранения или завоевания конкурентного преимущества. В долгосрочном аспекте у предприятия нет другого выбора, кроме ведения инновационной политики, которая является единственным источником длительного успеха. Все вышеизложенное обуславливает актуальность выбранной темы исследования.

Цель выпускной квалификационной работы – разработка мероприятий по повышению экономической эффективности инновационной деятельности ЗАО «Восход».

Для достижения данной цели необходимо решить ряд задач:

1. Рассмотреть понятие инноваций и инновационной деятельности организации.
2. Привести классификацию инноваций.
3. Писать особенности реализации инновационного проекта.
4. Дать общую характеристику предприятия ЗАО «Восход».
5. Провести анализ инновационной деятельности на предприятии ЗАО «Восход».
6. Выявить путь инновационного развития анализируемого предприятия.

В качестве объекта исследования выступает предприятие ЗАО «Восход». Предметом является инновационная деятельность данного предприятия.

Проблема совершенствования системы инновационного развития предприятия рассматривалась отечественными и зарубежными аналитиками. Существенную помощь в проведении данного исследования оказали работы: В.А. Горемыкина, Н.Л. Карданской, Л.Ф. Суходоевой, Э.А. Уткина и др.

Методологической и методической основой являются научные работы отечественных и зарубежных экономистов, специалистов в области инновационного развития деятельности предприятий.

Информационной базой исследования явились законодательные акты и - нормативные документы государственных органов власти Российской Федерации, показатели финансовой отчетности ЗАО «Восход», материалы периодической

печати по изучаемой проблеме, опубликованные в научной и периодической литературе.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. В первой главе раскрываются теоретические основы инновационной деятельности предприятия; во второй дается краткая характеристика объекта исследования и проводится анализ инновационной деятельности ЗАО «Восход»; в третьей главе даются рекомендации по повышению экономической эффективности инновационной деятельности ЗАО «Восход».

1 Теоритические основы инновационной деятельности организации

1.1 Понятие инноваций и инновационной деятельности на предприятии

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

Понятия «новшество», «нововведение», «инновация» нередко отождествляются, хотя между ними есть и различия. Под инновацией (англ. «innovation» - нововведение, новшество, новаторство) понимается использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, новых форм организации производства и труда, обслуживания и управления.

Под новшеством понимается новейший порядок, новейший метод, изобретение, а так же новое явление. Словосочетание «нововведение» в прямом смысле означает процесс использования новшества. С момента принятия к распространению, новшество приобретает новое качество и становится нововведением (инновацией). Период времени между появлением новшества и воплощением его в нововведение (инновацию) называется инновационным лагом.

Понятие «инновации» как экономической группы ввел в научный оборот австрийский экономист И. Шумпетер. Он первым рассмотрел вопросы иных комбинаций производственных факторов и подчеркнул пять изменений в развитии, т.е. вопросов инноваций:

1. Использование новой техники, технологических процессов или нового рыночного обеспечения производства.
2. Внедрение продукции с новыми свойствами.
3. Использование нового сырья.
4. Изменения в организации производства и его материально-технического обеспечения.
5. Появление новых рынков сбыта.

В соответствии с международными стандартами инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, ставший воплощением в виде нового или усовершенствованного продукта, введенного на рынке, новейшего или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам.

Девиз инновации - «новое и иное» - описывает многоликость этого понятия. Так, инновация в сфере услуг - это новшество в услуге, в ее производстве, предоставлении и потреблении, поведении работников. Нововведения далеко не всегда базируются на изобретениях и открытиях. Есть нововведения, которые основываются на идеях. Примерами здесь могут служить появление шариковых ручек, застежек типа «молния», колец-открывалок на банках с прохладительными напитками, баллончиков с аэрозолями и многое другое.

Инновация не должна обязательно быть технической и вообще чем-то вещественным. Не много технических инноваций могут соперничать в своем влиянии с такой идеей, как продажа в рассрочку. Использование этой идеи действительно преобразует экономику. Инновация - это новая ценность для потребителя, необходимо чтобы она отвечала нуждам и желаниям потребителей.

Таким образом, непременными стороной инновации являются их новизна, производственная применимость (экономическая обоснованность) и она должна отвечать запросам потребителей.

Систематическая инновация состоит в целенаправленном организованном поиске изменений и в систематическом анализе тех возможностей, которые эти изменения могут дать для успешной деятельности предприятия.

Все разнообразие инноваций можно классифицировать по ряду признаков.

1. По степени новизны:

- радикальные (базисные) инновации, которые реализуют открытия, крупные изобретения и становятся основой формирования новых поколений и направлений развития техники и технологии;

- улучшающие инновации, реализующие средние изобретения;

- модификационные инновации, направленные на частичное улучшение

устаревших поколений техники и технологии, организации производства.

2. По объекту применения:

- продуктовые инновации, ориентированные на производство и использование новых продуктов (услуг) или новых материалов, полуфабрикатов, комплектующих;
- технологические инновации, нацеленные на создание и применение новой технологии;
- процессные инновации, ориентированные на создание и функционирование новых организационных структур, как внутри фирмы, так и на межфирменном уровне;
- комплексные инновации, представляющие собой сочетание различных инноваций.

3. По масштабам применения:

- отраслевые;
- межотраслевые;
- региональные;
- в рамках предприятия (фирмы).

4. По причинам возникновения:

- реактивные (адаптивные) инновации, обеспечивающие выживание фирмы, как реакция на нововведения, осуществляемые конкурентами;
- стратегические инновации - это инновации, реализация которых носит упреждающий характер с целью получения конкурентных преимуществ в перспективе.

5. По эффективности:

- экономическая;
- социальная;
- экологическая;
- интегральная.

В зависимости от технологических параметров инновации подразделяются на продуктовые и процессные. Продуктовые инновации включают применение новых материалов, новых полуфабрикатов и комплектующих; получение принципиально

новых продуктов. Процессные инновации означают новые методы организации производства (новые технологии). Процессные инновации могут быть связаны с созданием новых организационных структур в составе предприятия (фирмы).

По типу новизны для рынка инновации делятся на: новые для отрасли в мире; новые для отрасли в стране; новые для данного предприятия (группы предприятий).

Если рассматривать предприятие (фирму) как систему, можно выделить:

1. Инновации на входе в предприятие (изменения в выборе и использовании сырья, материалов, машин и оборудования, информации и др.).

2. Инновации на выходе с предприятия (изделия, услуги, технологии, информация и др.).

3. Инновации системной структуры предприятия (управленческой, производственной, технологической).

В зависимости от глубины вносимых изменений выделяют инновации: радикальные (базовые), модификационные (частные), улучшающие. Эти виды инноваций отличаются друг от друга по степени охвата стадий жизненного цикла.

Российскими учеными из научно-исследовательского института системных исследований (РНИИСИ) разработана расширенная классификация инноваций с учетом сфер деятельности предприятия, в которой выделены инновации. К ним относят производственные, технологические, экономические, социальные, торговые, а так же инновации в области управления.

Кроме того различают инновации:

1. По месту в производственном цикле (сырьевые, обеспечивающие (связывающие), продуктовые).

2. По преемственности (возвратные, замещающие, отменяющие, открывающие, ретро введения).

3. Инновации по охвату (системные, локальные, стратегические).

4. По инновационному потенциалу и степени новизны инновации в свою очередь бывают комбинаторные, радикальные, совершенствующие.

Два последних направления классификации, учитывающие масштаб и новизну инноваций, интенсивность инновационного изменения в наибольшей степени

выражают количественные и качественные характеристики инноваций и имеют значение для экономической оценки их последствий и обоснования управленческих решений.

Внедрение новшеств имело огромное значение в развитии производства. Роль инноваций, в современной экономике, значительно возрастает. Они становятся основными факторами экономического роста.

Возрастающая роль инноваций определена, самой природой рыночных отношений, а так же необходимостью глубоких качественных преобразований в экономике России с целью преодоления кризиса и выхода на траекторию устойчивого роста.

Опыт развитых стран свидетельствует о том, что коренные преобразования в области производительных сил в эпоху НТР, быстрая сменяемость ее волн, следовательно, новых комбинаций факторов производства, широкое внедрение нововведений стали нормой современной экономической жизни. И если инновационный подход играет возрастающую роль в развитых странах, то в современной России, в условиях перехода к рыночной экономике и необходимости выхода из глубокого кризиса эта роль особенно велика.

В условиях рыночной экономики и конкуренции никто никого не заставляет совершенствовать производство, повышать качество продукции, кроме угрозы банкротства. Движущей силой конкуренции является стимул к нововведениям. Именно на основе нововведений удастся использовать современную технологию и организацию производства, обеспечивать успех и эффективность деятельности предприятия, повышать качество продукции. Решение данных задач требует новаторского и предпринимательского подхода, основой которого являются поиск и реализация инноваций.

В этой связи важно отметить, что один из классиков экономической теории - А. Маршалл говорит о предпринимательстве, как о коренном свойстве, главной черте рыночной экономики. Говоря о основном свойстве рыночной экономики, А. Маршалл обращает внимание не на конкуренцию, а на другое свойство рыночной экономики - «свободу производства и предпринимательство».

В самом деле, конкуренция создает ситуацию необходимости поиска конкурентных преимуществ фирмы и конкурентоспособности товара. Конкуренция побуждает изменять и совершенствовать весь процесс от производства до потребления. А сами конкурентные преимущества обеспечиваются на основе реализации тех или иных инноваций, т.е. через предпринимательство, так как именно оно является реальным двигателем прогресса.

Что же касается преодоления кризиса и выхода на траекторию роста, то эту задачу можно решить только на основе глубоких качественных преобразований во всех отраслях народного хозяйства, путем осуществления глубокой структурной перестройки экономики, решительного обновления форм и методов работы.

Совершенно очевидно, что в решении этих непростых, но очень важных для нашей экономики задач решающая роль принадлежит предпринимательскому подходу, основанному на поиске и реализации инноваций, ибо все эти задачи требуют не рутинного, а новаторского, творческого подхода.

Особое значение для производства имеют инновации с мощными преобразовательными функциями. Эти инновации радикально изменяют организацию производственного аппарата, который имеет высокую степень морального и физического износа на российских предприятиях, следовательно, и эффективность производства. К таким инновациям относят, прежде всего, новую технологию и технику. Изменяя производство, переводя его на новый научно-технологический уровень, можно создавать главные предпосылки для перевода производства продукции в качественно новое состояние. Новый производственный аппарат требует, как правило, новой организации, маркетинга, новой мотивации, управления, т.е. нового типа инновационного менеджмента. Он предполагает, что будет производиться и новая продукция.

1.2 Организация инновационной деятельности на предприятии

Управление инновациями может рассматриваться в трех основных аспектах:

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

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

3. Управление внешними условиями, которые влияют на эффективность осуществления инновационной деятельности.

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

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

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

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

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

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

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

- исследование рынка;
- прогноз длительности, характера и стадий жизненного цикла нового продукта;
- исследование конъюнктуры рынков ресурсов.

Эффективность инноваций оценивается на основе следующих показателей:

1. Стоимости проекта с учетом источников его финансирования;
2. Чистой текущей стоимости;
3. Уровня рентабельности капитала;
4. Внутренней нормы рентабельности;
5. Срока окупаемости капиталовложений.

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

Любой риск может быть количественно охарактеризован вероятностью наступления нежелательного исхода.

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

1. Совершенствование уже производимых изделий и применяемых технологий.
2. Создание и освоение новых продуктов и процессов.
3. Повышение качественного уровня технико-технологической, научно-исследовательской и опытно-конструкторской базы предприятия.
4. Повышение эффективности использования кадрового и информационного потенциала предприятия.

5. Совершенствование организации и управления инновационной деятельностью.

6. Рационализация ресурсной базы.

7. Обеспечение экологической и технологической безопасности.

8. достижение на внутреннем и внешнем рынках конкурентных преимуществ инновационного продукта в сравнении с продуктами аналогичного назначения.

При разработке инновационной стратегии необходимо решить следующие основные проблемы:

1. Определение типа инновационной стратегии, наиболее соответствующего целям и рыночным позициям предприятия.

2. Обеспечение соответствия инновационной стратегии организационной структуре, инфраструктуре и системе управления информацией на предприятии.

3. Определение критериев успеха на возможно более ранних стадиях разработки инновационного проекта.

4. Выбор оптимальной процедуры мониторинга и контроля за ходом реализации проекта.

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. В отличие от НТП инновационный процесс не заканчивается внедрением, т.е. первым появлением на рынке нового продукта, услуги или доведением до проектной мощности новой технологии. Этот процесс не прерывается и после внедрения, ибо по мере распространения новшество совершенствуется, делается более эффективным, приобретает ранее не известные потребительские свойства. Это открывает для него новые области применения и рынки, а следовательно, и новых потребителей, которые воспринимают данный продукт, технологию или услугу как новые именно для себя. Таким образом, этот процесс направлен на создание требуемых рынком 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.

Основой инновационного процесса является процесс освоения и создания новой техники (технологий), далее (ПСНТ). ПСНТ начинается с фундаментальных исследований (ФИ), направленных на получение новых научных знаний и выявление наиболее существенных закономерностей, соответственно целью ФИ является раскрытие новых связей между явлениями, выявление закономерности развития природы и общества безотносительно к их конкретному использованию.

На современном историческом этапе динамика социально-экономического развития, рост производительных сил, постоянный подъем производительности труда и эффективности производства основываются на научно-техническом прогрессе. В свою очередь научно-технический прогресс должен питаться непрерывным и большим числом фундаментальных научных идей, приводящих к принципиально новым видам техники и технологии.

Фундаментальные научные идеи должны широким потоком входить в производство и технику, через оригинальные инженерные решения и новейшие технологии воплощаться в оборудование и приборы, новые машины высшего технического уровня. В ряду интенсивной экономики «наука - технология - производство» ведущим элементом является наука, порождающая и новые принципы и новейшие технологии.

Происходит качественное изменение роли фундаментальной науки в системе организации техники и науки. Если ранее фундаментальная наука развивалась независимо от производства, то теперь она становится неотъемлемым звеном всей цепочки современного научно-технического прогресса, истоком этого единого процесса. Сейчас наука выступает как непосредственная производительная сила общества. Она все активнее вторгается в сферу материального производства, оказывая на него постоянное и неослабевающее воздействие. В условиях перехода на интенсивный путь развития необходимо быстрое и систематическое воплощение новых научных идей в производстве. Именно поэтому фундаментальные исследования должны опережать потребности техники и производства.

Приоритетное значение фундаментальной науки в развитии инновационных процессов определяется тем, что она выступает в качестве генератора идей, открывает пути в новые области знания. Но положительный выход ФИ в мировой науке составляет лишь 5%. В условиях рыночной экономики заниматься этими исследованиями не могут себе позволить отраслевая и тем более заводская наука. ФИ должны финансироваться за счет бюджета государства на конкурсной основе и частично могут использовать внебюджетные средства.

Второй стадией ПСНТ являются прикладные исследования (ПИ). Они направлены на исследование путей практического применения открытых ранее явлений и процессов. Научно-исследовательская работа (НИР) прикладного характера ставит своей целью решение технической проблемы, уточнение неясных теоретических вопросов, получение конкретных научных результатов, которые в дальнейшем будут использованы в качестве научно-технического задела в опытно-конструкторских работах. Кроме того, ПИ могут быть самостоятельными научными работами.

Под опытно-конструкторскими работами (ОКР) понимается применение результатов ПИ для создания (или модернизации, усовершенствования) образцов новой техники, материала, технологии. ОКР – завершающая стадия научных исследований, это своеобразный переход от лабораторных условий и экспериментального производства к промышленному производству. К ОКР относятся: разработка определенной конструкции инженерного объекта или технической системы (конструкторские работы); разработка идей и вариантов нового объекта; разработка технологических процессов, т.е. способов объединения физических, химических, технологических и других процессов с трудовыми в целостную систему (технологические работы).

Вероятность получения желаемых результатов повышается от НИР к ОКР. Примерно 85-90% НИР дают результаты, пригодные для дальнейшего практического использования; на стадии ОКР 95-97% работ заканчиваются положительно. В условиях снижения ассигнований на науку соотношения (в %) между ФИ, ПИ и ОКР увеличиваются в сторону ОКР.

Это является следствием перехода к рыночной экономике, заставляя науку с целью «выживания» заниматься прикладными работами. Подобный научный потенциал ориентирован на восприятие и применение заимствованных научно-технических достижений и не может обеспечить значительное внедрение базисных и улучшающих инноваций.

Завершающей стадией сферы науки является освоение промышленного производства новых изделий (ОС), которое включает научное и производственное освоение: проведение испытаний новой (усовершенствованной) продукции, а также техническую и технологическую подготовку производства. На стадии освоения выполняются опытные, экспериментальные работы по опытной базе науки. Их цель – изготовление и отработка опытных образцов новых продуктов и технологических процессов.

После стадии освоения начинается процесс промышленного производства (ПП). В производстве знания материализуются, а исследование находит свое логическое завершение. В рыночной экономике имеет место ускорение выполнения ОКР и стадии освоения производства. Инновационные предприятия, как правило, выполняют ОКР по договорам с промышленными предприятиями. Заказчики и исполнители взаимно заинтересованы в том, чтобы результаты ОКР были внедрены в практику и приносили доход, т.е. были бы реализованы потребителю.

При определении пропорций распределения ресурсов (инвестиций) необходимо опираться на общие закономерности, присущие интенсивному типу воспроизводства и выражаемые, в частности, в статистическом законе деления затрат по структуре научно-производственного цикла: пропорции затрат между фундаментальными исследованиями (ФИ), прикладными поисковыми работами (НИР), разработками (ОКР), капитальными вложениями на освоение научно-технических новшеств (ОС) составляют 1:3:9:27. Такого рода статистический закон распределения ресурсов научно-производственного потенциала характерен для стадии развития общественного производства, когда НТП осуществляется по заказам практики, выражающим необходимость решения очевидных проблем развития (или стабилизации) производства.

Система финансирования научно-технического развития представляет собой весьма сложный и постоянно развивающийся механизм.

В настоящее время в качестве основных источников средств, используемых для финансирования инновационной деятельности выступают:

1. Бюджетные ассигнования, выделяемые на федеральном и региональном уровнях.

2. Средства специальных внебюджетных фондов финансирования НИОКР, которые образуются ИП, региональными органами управления.

3. Собственные средства предприятий (промышленные инвестиции из прибыли и в составе издержек производства).

4. Финансовые ресурсы различных типов коммерческих структур (инвестиционных компаний, коммерческих банков, страховых обществ, ФПГ и т.п.).

5. Кредитные ресурсы специально уполномоченных правительством инвестиционных банков.

6. Конверсионные кредиты для ИП оборонного комплекса.

7. Иностранные инвестиции промышленных и коммерческих фирм и компаний.

8. Средства национальных и зарубежных научных фондов.

9. Частные накопления физических лиц.

В последние годы наметилась тенденция уменьшения доли бюджетных ассигнований в структуре источников инновационного финансирования при одновременном увеличении нагрузки на собственные средства предприятий.

Еще одним источником финансирования инновационной деятельности, является долгосрочное кредитование, особенно в условиях зарождающегося предпринимательства, могло бы стать одним из важных источников инвестиций. Нет необходимости говорить о важности долгосрочных кредитов для развития производства в России, которое находится в катастрофическом состоянии. Долгосрочные банковские кредиты в первую очередь направлены на решение стратегических целей в экономике.

1.3 Особенности реализации инновационного проекта

Принято считать, что инновационный проект занимает период времени от выдвижения идеи (услуги, продукта, технологии) до выпуска нового продукта на рынок. В современном мире бизнеса инновации осуществляются посредством реализации инновационных проектов. На известной S-образной кривой, характеризующей жизненный цикл товара, инновационному проекту, как правило, отводят начальный участок (рис. 1), деятельность на котором часто предполагает проведение исследований и разработок.

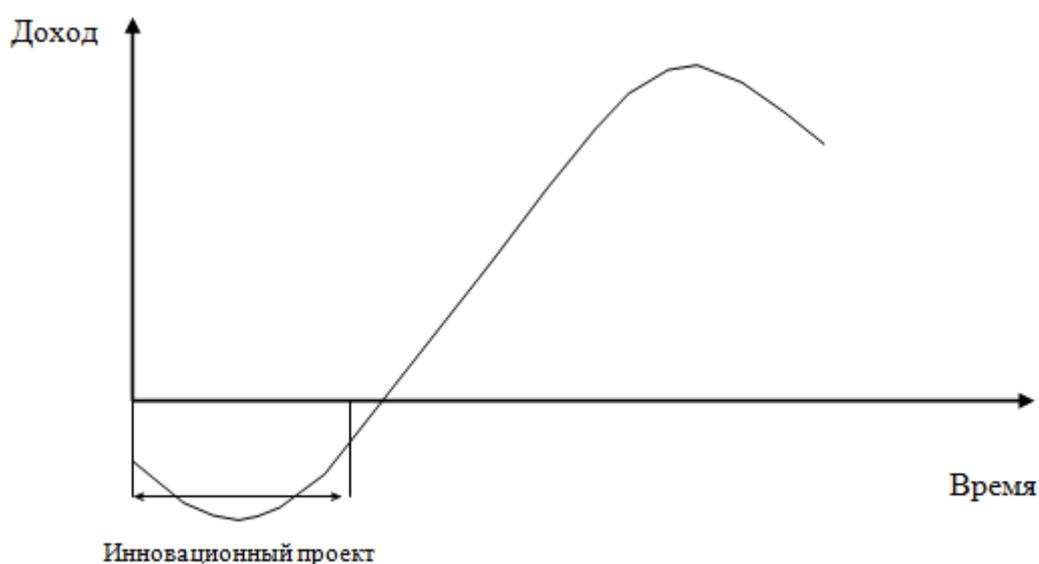


Рисунок 1 – Место ИП в жизненном цикле продукта (услуги)

Во многом, отодвигаясь от этого укоренившегося взгляда на феномен инновационных проектов, в отечественной литературе при обсуждении сложнейшего феномена инноваций традиционно большое внимание уделяется вопросам НИОКР и интеллектуальной собственности. Более того, именно на увязке результатов НИОКР, интеллектуальной собственности и инноваций сегодня в значительной степени выстраивается государственная инновационная политика, о которой речь также пойдет немного ниже. «Культ» научно-технического прогресса и передовой науки, существовавший на протяжении многих десятилетий, причем

явно в нерыночных условиях, в некотором роде и явился катализатором сдвига в сторону исследований и разработок в ущерб стратегическим аспектам бизнеса. В условиях, когда деньги (в том числе и на НИОКР) считали плохо, возникла иллюзия, что залог успеха – это выдающиеся результаты разработок и исследований, защищенные правовыми средствами.

Однако же многие современные ученые как раз исходят из того, что суть современных инноваций не в результатах НИОКР, а поиске (точнее процессе поиска) реальной стратегии бизнеса и ее реализации, путем организации соответствующей бизнес-среды. Другими словами, можно не иметь никаких выдающихся результатов НИОКР но в то же время успешно заниматься инновационной деятельностью.

Между тем, «нащупывание» и выстраивание будущей стратегии бизнеса в пути реализации инновационного проекта – самый сложный процесс бизнеса. Именно способность менеджеров инновационного проекта выполнять этот процесс, управлять им, а не выдающийся уровень результатов НИОКР и их правовая защищенность, отделяют успех инновационного проекта от его неудачи.

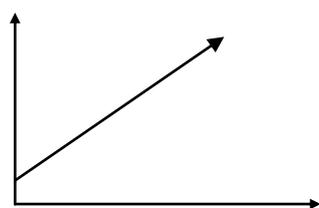
Каждый инновационный проект вне зависимости от его сложности, сущности и объема работ, необходимых для его выполнения, проходит в своем развитии определенные состояния, стадии жизненного цикла проекта: от состояния, когда «проекта еще нет», до состояния, когда «проекта уже нет». Разделение проекта на этапы для каждой организации индивидуально, поэтому не имеет смысла приводить в данном случае каких-либо обобщенных схем. Количество и функциональность этапов зависят, естественно, от сущности самого проекта, условий, в которых происходит его реализация, и от управленческих кадров, его организующих. Однако здесь опять же стоит иметь в виду, что подобное разделение всегда должно быть тщательно продуманным, ведь одной из причин неудач в реализации проекта является зачастую нечеткая организация сотрудничества и согласованности внутри рабочей группы, а также между какой-либо рабочей группой и организацией в целом.

В связи с обсуждением феномена изменений и неопределенности, заслуживает внимания одна из важнейших концепций описания «ландшафта» бизнеса –

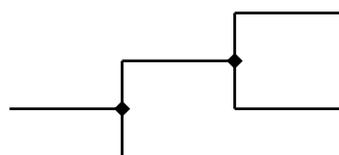
концепция «четырех уровней неопределенности». Она была предложена консультантами фирмы McKinsey&Company во второй половине 90-х годов.

В данном представлении прослеживается нижеследующая логика рассуждений. Обсуждая вопрос об инновациях, мы, по сути, говорим о поиске новых способов успешно конкурировать. При этом, говоря о конкуренции, мы имеем в виду конкуренцию в будущем, т.к. конкурентная борьба за настоящее либо уже выиграна, либо уже проиграна. Но никому не под силу знать точно, что же будет завтра.

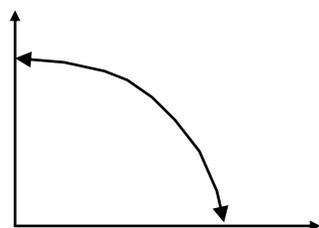
Остаточная неопределенность, по мнению автора анализируемой концепции, может принимать четыре формы – четыре уровня неопределенности, которые изображены на рисунке 2.



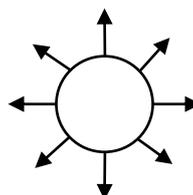
1. Достаточно ясное



3. Альтернативные варианты



2. Диапазон вариантов



4. Подлинная

Рисунок 2 – Концепция «четырех уровней неопределенности»

Первый уровень остаточной неопределенности - самый низкий – это «достаточно ясное будущее» (ClearEnoughFuture). Этот уровень характеризуется тем, что важнейшие для бизнеса обстоятельства внешней среды могут быть с большей или меньшей точностью спрогнозированы. В организации, сталкивающейся с первым уровнем неопределенности, удастся более, или менее

легко прийти к согласию относительно возможного развития. Однако такие ситуации в условиях сегодняшней конкуренции крайне редки.

Второй уровень – «альтернативные варианты будущего» (AlternateFutures). При этом уровне неопределенности менеджменту известно, что ситуация будет развиваться по одному из множества возможных направлений, причем сами направления ясны. Судя по всему варианты законопроекта в данном случае известны, а то, какой из них будет принят – нет. Примером такого уровня неопределенности может быть исход законодательных дебатов по какому-либо законопроекту, важному с точки зрения данного бизнеса.

Третий уровень неопределенности – «диапазон вариантов будущего» (AringofFutures). При этом уровне известно лишь то, что актуальный аспект того или иного бизнеса будет находиться в том или ином «коридоре». В данном случае примером может служить курс обмена той или иной валюты либо диапазон цен на нефть в таком-то диапазоне. Если при втором уровне неопределенности был известен исчерпывающий конечный список вариантов будущего, то здесь число вариантов может быть бесконечным, однако все они будут находиться в известном ограниченном диапазоне.

Четвертый уровень – «подлинная неопределенность» (TrueAmbiguity). В данном случае мы не можем даже задать диапазон, в рамках которого будет находиться то или иное обстоятельство, связанное с конкретным бизнесом. Здесь мы вообще ничего не можем сказать о будущем. Правда такие ситуации крайне редки и связаны они с какими-то действительно глобальными катаклизмами. Например, компании, действовавшие в России в начале 90-х годов, работали именно в такой «мутной» ситуации. Однако четвертый уровень неопределенности очень непродолжителен и ситуация, как правило, быстро эволюционирует ко второму или третьему уровню.

Таким образом, для современной конкуренции наиболее вероятна ситуация, когда компаниям приходится действовать в условиях второго и/или третьего уровня неопределенности. Можно также отметить, что, различные компании, находясь в абсолютно одинаковом положении, могут принимать различного рода

стратегические решения. Это предопределяется, прежде всего, ментальностью стратегов, принимающих решения, ведь разные люди, наблюдая одну и ту же реальность через призму собственного сознания, могут видеть совершенно разные вещи. Следовательно, находясь в совершенно одинаковом положении, они, скорее всего, примут разные решения. Организационная структура и культура также оказывают самое непосредственное влияние на то, как компания мыслит и какие принимает решения.

Интересно, что целый ряд решений, которые принимает руководство организации, в значительной степени зависит от того, с каким уровнем неопределенности сталкивается данная компания. Здесь к услугам менеджеров могут быть предложены такие известные подходы как анализ решений, сценарное планирование, теория игр и ряд других. Особенно в этом ряду следует выделить метод реальных опционов, о котором речь пойдет в третьей главе данного дипломного проекта. Обращение к услугам внешних консультантов на данном этапе организации бизнес-среды также маловероятно, попросту по причине дефицита финансовых ресурсов. Поэтому в силу этих и ряда других факторов при реализации инновационных проектов имеет место непосредственное созерцание стратегом меняющихся вокруг конкретного проекта внешних обстоятельств и их «любительская» интерпретация. Однако, конечно же, нужно понимать, что в реальной жизни, в особенности при реализации инновационных проектов, сопряженных с запуском нового бизнеса с нуля, зачастую об использовании сильных методов речь не идет. Инициаторы проекта могут не догадываться о существовании мощных методов анализа, или догадываться, но быть не в состоянии эффективно применять их на практике.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что объективно благоприятные возможности для нового бизнеса существуют только там, где люди чего-то не знают. Но, в то же время, успешная реализация конкретного инновационного проекта возможна только лишь с условием приобретения в ходе этой реализации нового, никогда ранее (до начала реализации проекта) не существовавшего знания, причем в независимости от способа приобретения данного

знания (наблюдение, мнение экспертов либо эксперимент). Не стоит забывать также о том, что неотъемлемой характеристикой инновационных проектов на протяжении всего периода реализации является повышенный риск, связанный опять же с наличием того или иного уровня неопределенности. Однако на сегодняшний день у авторов в области данной проблематики нет единой точки зрения не только относительно того, какой является оптимальная классификационная система рисков инновационного проекта, но и должна ли эта классификация разрабатываться как самостоятельная система, или базой для нее может служить общая, универсальная классификация рисков, разработанная безотносительно к специфике деятельности экономического субъекта и природе инновационного проекта. В результате в трудах различных авторов риски в общей сложности представлены более чем 220 видами в различных классификационных комбинациях. При этом анализ постоянно расширяющегося круга работ, посвященных выработке единой структуры рисков, позволяет сделать вывод о том, что авторы в своей совокупности не только не пришли к созданию универсального подхода к этой проблеме, но и не имеют тенденции приблизиться к ней.

В подобной ситуации стратегам зачастую бывает очень сложно четко уловить все нюансы происходящих вокруг них событий. Запутавшись в многочисленных классификациях, некоторые организации пытаются выстроить собственные классификационные системы и определить соответственно методы управления данными рисками. Однако это отнюдь не означает что вновь выстроенная классификация, и принимаемые на ее основе решения будут наилучшими в данном конкретном случае. Но, сталкиваясь на практике с методами традиционного страхования, новатор не всегда может оградить себя от немалого набора рисков. К тому же это под силу далеко не всем компаниям, иногда - по причине нехватки квалифицированных кадров, иногда - из-за банального отсутствия времени. И здесь многие компании находят выход в применении страхования. В некоторых случаях становится целесообразно обращаться либо к способу взаимного страхования, либо к созданию кэптивных страховых компаний - дочерних страховых компаний, образуемых промышленными и торговыми организациями для обеспечения

страховой защиты материнской организации. Во-первых, в данном случае можно включить в страховую защиту инновационные риски, не входящие в область традиционного страхования, а во-вторых, экономить на затратах на страхование, в частности, на брокерских комиссиях, избавиться от предпринимательской надбавки при назначении тарифов и т.п. Все это делает данные инструменты защиты от рисков более привлекательным для предпринимателя. Однако, даже используя такие современные инструменты, не стоит забывать о том, что при реализации инновационного проекта целесообразно разрабатывать детализированный план мероприятий по управлению рисками относительно известных факторов и предусматривать возможность экстренного реагирования на не предсказуемые в момент реализации проекта риски. Ведь инновационная деятельность дает ожидаемые от нее положительные результаты только тогда, когда она рационально организована, и именно от успешности управления рисками в рамках адекватно выстроенной системы риск-менеджмента зависят результаты реализации всего инновационного проекта. Причем здесь не существует второстепенных элементов, и оптимизация действий каждого из них является стратегически важной задачей для предприятия.

2 Анализ инновационной деятельности ЗАО «Восход»

2.1 Общая характеристика деятельности ЗАО «Восход»

ЗАО «Восход»- старейшее, динамично развивающееся предприятие по производству упаковочных материалов и одноразовой посуды, тесно сотрудничающее с потребителями, поставщиками, расширяющее рынки сбыта.

Предприятие ЗАО «Восход» было создано в 1998 году. Располагается по адресу г. Самара, Олимпийская ул, д. 43, и занимается производством различных упаковочных материалов на основе полимерных пленок: полиэтилена, полипропилена, полистирола, а также различных композиций на их основе.

Предприятие занимается производством и дальнейшей продажей:

1. Инновационного барьерного полимера (АВА;EVON).
2. Полиэтиленовых пакетов (ПВД, ПНД, фасовка, майка, прорубочная и петлевая ручка, мусорные пакеты и мешки).
3. Пакетов на заказ любых форм, цветов и размеров. Нанесение рисунка на пакеты в 1,2,3,4 цвета.
4. Пакетов с рекламным обращением.
5. Полотна для молочной промышленности с нанесением печати.
6. Термоусадочной пленки ПВД.
7. Одноразовой посуды (тарелки, ложки, вилки, контейнеры, ланч-боксы, тортницы и кокерсы).
9. Тары и упаковки для пищевой промышленности.
10. Переработка и продажа полиэтиленовых отходов (гранулят, агломерат).
11. Липких лент (стрейтч ручной и машинный; скотч: простой, цветной, с логотипом, канцелярский, двухсторонний; малярная лента, изолента).

Совет директоров в лице Узенева Сергея Евгеньевича, Узенева Юрия Евгеньевича и Беляева Юрия Николаевича осуществляет общее руководство деятельностью ЗАО «Восход».

Миссия ЗАО «Восход»: «мы заинтересованы в процветании и укреплении бизнеса наших партнеров, и делаем для этого все от нас зависящее: производим продукцию европейского качества, обеспечиваем бесперебойные поставки упаковочных материалов точно в срок, разрабатываем индивидуальный подход к каждому клиенту, предлагаем гибкую систему скидок и оплат, оказываем консультации по выбору и продвижению нашего товара».

Основными конкурентными преимуществами ЗАО «Восход» являются:

- новейшее импортное оборудование в совокупности с командой профессионалов, обеспечивают стабильный, бесперебойный выпуск продукции отличного качества;

- пристальное внимание уделяется контролю качества сырья и готовой продукции в соответствии с европейскими стандартами;

- высокий уровень компетенции персонала и индивидуальный подход к каждому покупателю, позволяют нашим клиентам в дружеской атмосфере получить грамотное и экономически привлекательное решение любого вопроса.

Богатый опыт работы сотрудников ЗАО «Восход» позволяет гарантировать:

1. Оперативность приема и исполнения заявок.
2. Качественное выполнение работы в срок.
3. Чёткость в организации поставок.
4. При желании клиента, возможна организация доставки упаковочных материалов любым видом транспорта.
5. Возможны различные формы оплаты.

Для общей характеристики средств предприятия ЗАО «Восход» составим аналитическую таблицу 1 поданным финансовой (бухгалтерской) отчетности.

По результатам проведенного анализа видно, что активы компании сократились на 114539 тысяч рублей или 59,37% за счет резкого сокращения дебиторской задолженности на 101913 тысяч рублей или 40,98%. Так же следует отметить негативную динамику сокращения основных средств на 2925 тысяч рублей или 50,77% и сокращения денежных средств на 9486 тысяч рублей или 54,97%.

Таблица 1 - Анализ наличия структуры средств за 2016 год

Средства предприятия	На начало года		На конец года		Изменения за отчётный период	
	тыс. руб.	уд. вес	тыс. руб.	уд. вес	тыс. руб.	%
1. Внеоборотные активы						
Нематериальные активы	-	-	-	-	-	-
Основные средства	5761	2,98	2836	3,60	-2925	49,23
Финансовые вложения	-	-	-	-	-	-
Отложенные налоговые активы	-	-	-	-	-	-
Прочие внеоборотные активы	-	-	-	-	-	-
<i>ИТОГО по разделу 1</i>	<i>5761</i>	<i>2,98</i>	<i>2836</i>	<i>3,60</i>	<i>-2925</i>	<i>49,23</i>
2. Оборотные активы						
Запасы	3112	1,61	2897	3,68	-215	93,09
НДС по обретенным ценностям	-	-	-	-	-	-
Дебиторская задолженность	167117	86,48	65204	82,84	-101913	39,02
Финансовые вложения	-	-	-	-	-	-
Денежные средства и денежные эквиваленты	17256	8,93	7770	9,87	-9486	45,03
Прочие оборотные активы	-	-	-	-	-	-
<i>ИТОГО по разделу 2</i>	<i>187485</i>	<i>97,02</i>	<i>75871</i>	<i>96,40</i>	<i>-111614</i>	<i>40,47</i>
ИТОГО активов	193246	100,00	78707	100,00	-114539	40,73

Целесообразно определить реальные активы, характеризующие производственный потенциал предприятия. К ним относятся основные средства по остаточной стоимости, производственные запасы и незавершенное производство.

Реальные активы компании за 2016 год составили 5733 тысяч рублей, в то время как за 2015 год этот показатель составил 8873 тысяч рублей. Таким образом, можно наблюдать негативную динамику сокращения реальных активов компании на 3140 тысяч рублей.

Предприятие может приобретать основные, оборотные средства и нематериальные активы за счет собственных и заемных (привлеченных) источников. Наличие собственного и заемного капитала, а также их соотношение характеризует финансовое состояние предприятия (таб. 2).

Таблица 2 - Оценка собственных и заемных источников средств предприятия за 2016 г.

Источники средств	На начало отчетного года		На конец отчетного года		Изменение за отчетный период	
	тыс. руб.	уд.вес	тыс. руб.	уд.вес	тыс. руб.	%
Всего источников	193246	100,00	78707	100,00	-114539	40,73
<i>1. Капитал и резервы</i>	8762	4,53	9298	11,81	536	106,12
1.1. Уставной капитал	5650	2,92	5650	7,18	-	100,00
1.2. Добавочный капитал	144	0,08	144	0,18	-	100,00
1.3. Резервный капитал	847	0,43	847	1,08	-	100,00
1.4. Нераспределенная прибыль	2121	1,10	2657	3,37	536	125,27
<i>2. Долгосрочные обязательства</i>	-	-	-	-	-	-
2.1. Займы и кредиты	-	-	-	-	-	-
2.2. Прочие долгосрочные обязательства	-	-	-	-	-	-
<i>3. Краткосрочные обязательства</i>	184484	95,47	69409	88,19	-115075	37,62
3.1. Заемные средства	-	-	-	-	-	-
3.2. Кредиторская задолженность	184484	95,47	69409	88,19	-115075	37,62
3.3. Прочие краткосрочные обязательства	-	-	-	-	-	-

На начало периода отношение собственных источников было лишь 4,53%, на конец периода этот показатель возрос до 11,81% за счет сокращения кредиторской задолженности на 115 075 тысяч рублей. Несмотря на положительную динамику, кредиторская задолженность остается на крайне высоком уровне. Важным показателем деятельности компании является прибыль, которая за 2016 год увеличилась на 536 тысяч рублей или 25,27%.

Отношение собственных источников к их общей сумме называется коэффициентом собственности. Этот коэффициент характеризует соотношение интересов собственников предприятия и владельцев акций, заимодавцев и кредиторов. Для компании ЗАО «Восход» коэффициент собственности составил за 2015 год 0,05, а за 2016 год – 0,12, поэтому структуру источников капитала нельзя признать стабильной.

Эффективность производственной, инвестиционной и финансовой деятельности предприятия выражается в достигнутых финансовых результатах. Общим финансовым результатом является прибыль. Анализ показателей прибыли приведен в таблице 3.

Таблица 3 - Анализ показателей прибыли за 2016 год

Показатели	2015 г., тыс. руб.	2016 г., тыс. руб.	Отклонение, тыс. руб.	Темп роста, %
1. Выручка	345546	299895	-45651	86,79
2. Себестоимость	329088	294619	-34469	89,53
3. Валовая прибыль	16458	5276	-11182	32,06
4. Прибыль от продаж	16458	5276	-11182	32,06
5. Прочие доходы	253	220	-33	86,96
6. Прочие расходы	6511	4826	-1685	74,12
7. Прибыль до налогообложения	10200	670	-9530	6,57
8. Чистая прибыль	8160	536	-7624	6,57

Результат хозяйственной деятельности предприятия ЗАО «Восход» в отчетном году сократился по сравнению с базисным годом, о чём свидетельствует сокращение суммы чистой прибыли на 7624 тыс.руб. или 93,43%. Такое сокращение прибыли есть результат значительного сокращения прибыли от реализации на 11 182 тысяч рублей или 67,94%.

Обеспеченность предприятия работниками приведена в таблице 4.

Таблица 4 - Структура численности работников ЗАО «Восход»

Показатель \ Годы	2014	2015	2016
Выбыло человек:	7	5	3
В т.ч. За прогулы	4	3	2
По собственному желанию	3	2	1
Среднесписочная численность рабочих	18	18	19

Текущность кадров анализируется в сравнении с предыдущим годом.

За 2014г. – $K_T = (4+3):18 = 38,8\%$.

За 2015г. – $K_T = (2+3):18 = 27,8\%$.

За 2016г. – $K_T = (2+1):19 = 15,7\%$.

Таким образом, имеем высокий коэффициент текучести, его уменьшение свидетельствует о том, что в организации началась работа по закреплению рабочих кадров и укреплению трудовой дисциплины. Это подтверждает то факт, что число рабочих, совершивших прогулы, уменьшилось на 2 человека в 2016. Причинами текучести кадров является низкая трудовая дисциплина, недостатки в организации производства, труда и заработной платы, социально-бытовые причины.

Наряду с количественным анализом текучести рабочих кадров необходимо проводить и качественный квалификационный анализ состава рабочих на основании определения среднего тарифного разряда. Квалификационный состав рабочих занятых на производстве представлен в таблице 5.

Таблица 5 - Квалификационный состав рабочих (занятых на производстве)

Годы	2014	2015	2016
Разряд			
1	-	-	-
2	2	1	-
3	2	3	2
4	3	3	3
5	1	1	3
6	-	-	1
Итого	8	8	9

Средний тарифный разряд рабочих исчисляется как средневзвешенная арифметическая величина.

$$2014 \text{ г.} = 2*2+2*3+3*4+1*5 = 2,8$$

$$2015 \text{ г.} = 1*2+3*3+3*4+1*5 = 3,5$$

$$2016 \text{ г.} = 2*3+3*4+3*5+1*6 = 4,3$$

Повышение среднего тарифного разряда в 2016 году позволяет положительно оценить изменение квалификационного состава рабочих. Этот разряд был низким, но стабильно повышается, что влияет на производительность труда, качество работ.

Необходимо принимать меры для повышения квалификации рабочих, в том числе возобновлять обучение рабочих без отрыва от производства в собственной организации, а также уделять внимание на более тщательный отбор рабочих кадров при приеме на работу.

2.2 Анализ инновационной деятельности ЗАО «Восход»

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

1. Проведение научно-исследовательских и конструкторских работ по разработке идеи новшества, проведению лабораторных исследований, изготовлению лабораторных образцов новой продукции, видов новой техники, новых конструкций и изделий.
2. Подбор необходимых видов сырья и материалов для изготовления новых видов продукции.
3. Разработку технологического процесса изготовления новой продукции.
4. Проектирование, изготовление, испытание и освоение образцов новой техники, необходимой для изготовления продукции.
5. Разработку и внедрение новых организационно-управленческих решений, направленных на реализацию новшеств.
6. Исследование, разработку или приобретение необходимых информационных ресурсов и информационного обеспечения инноваций.
7. Подготовку, обучение, переквалификацию и специальные методы подбора персонала, необходимого для проведения НИОКР.
8. Проведение работ или приобретение необходимой документации по лицензированию, патентованию, приобретению ноу-хау.
9. Организацию и проведение маркетинговых исследований по продвижению инноваций и т.д.

Руководство ЗАО «Восход» регулярно проводит исследования в области поиска новых материалов для изготовления продукции.

Рассмотрим показатели инновационной деятельности ЗАО «Восход». Показатели, наиболее широко применяемые в отечественной и зарубежной практике и характеризующие инновационную активность организации, ее инновационную конкурентоспособность, можно разбить на следующие группы: затратные; по времени; обновляемости; структурные.

Таблица 6 - Показатели инновационной деятельности ЗАО «Восход»

Показатели	2014	2015	2016
1. Затратные показатели:			
удельные затраты на НИОКР в объеме продаж	0,001	0,001	0,001
удельные затраты на приобретение лицензий, патентов, ноу-хау	0,001	0	0
наличие фондов на развитие инициативных разработок, тыс.руб	124	111	69
2. Показатели, характеризующие динамику инновационного процесса:			
показатель инновационности ТАТ, мес.	38	33	28
длительность процесса разработки нового продукта, мес.	4	3	3
длительность подготовки производства нового продукта, мес.	13	12	12
3. Показатели обновляемости:			
количество внедрений нововведений-продуктов, шт	1	2	0
обновление портфеля продукции, %	10	17	0
объем предоставляемых новых услуг, тонн	856	1429	0
4. Структурные показатели:			
состав и количество исследовательских, разрабатывающих и других научно-технических структурных подразделений	1	1	1
численность и структура сотрудников, занятых НИОКР	0	1	1

Как показывают данные таблицы 6, в 2016 году произошло снижение ряда показателей, характеризующих инновационную деятельность ЗАО «Восход». Тем не менее, руководство данного предприятия в последнее время все чаще задумывается о расширении персонала, занятых НИОКР и затрат на инновационную деятельность.

Проведем SWOT-анализ инновационного потенциала ЗАО «Восход» в таблице 7.

В целом, инновационный макроклимат благоприятен для предприятия. Внешняя и внутренняя среда предприятия благоприятна для осуществления инновационной деятельности.

Таблица 7 - SWOT-анализ инновационного потенциала ЗАО «Восход»

S	W
Предприятие имеет лидирующие позиции в регионе Сильная материально-техническая база	Предприятие не имеет связи с научными институтами Нет научно-технического персонала Недостаточные собственные источники финансирования инновационной деятельности
O	T
Хорошая региональная научно-техническая база	Конкуренция со стороны других предприятий Повышение цен на сырье и заработную плату Дорогостоящие инновационные проекты

ЗАО «Восход» имеет возможность осуществлять инновационную деятельность, внедряя улучшающие инновации. Предприятие сможет повысить свой инновационный потенциал путем привлечения квалифицированных работников, сотрудничества с научными институтами. Но на данном этапе у предприятия нет собственных источников финансирования инновационной деятельности.

В последние годы упаковочная промышленность развивается ускоренными темпами, однако обеспечивает запросы внутреннего рынка в качественной упаковке в настоящее время только на 60 - 70%. Остальной спрос на потребительскую или первичную упаковку удовлетворяется за счет импортных поставок. Самыми быстрыми темпами развивается сегмент рынка полимерной упаковки, одноразовой посуды.

Сложившаяся рыночная конъюнктура обуславливается тем, что основным определяющим фактором ее состояния является устойчивый рост спроса на продукцию из пластмасс отечественных производителей. В целом, сектор российского рынка пластмассовой тары, удовлетворяемый за счет отечественных производителей, является быстрорастущим, причем темпы роста его емкости оцениваются не менее 20 - 30 % в год.

В настоящее время объемы потребления упаковки в России составляют около 25 - 30% европейского уровня, в связи с чем имеются большие перспективы развития рынка и упаковочной отрасли. Специалисты отмечают, что Россия имеет огромный рынок упаковки, связанный с ее большой территорией. Успешное разрешение существующих проблем развития упаковочной индустрии приведет к

существенному росту объемов промышленной продукции, реализуемых на внутреннем и внешнем товарных рынках.

Анализ потребителей позволяет получить подробные сведения о существующих группах покупателей, мотивах совершения покупок. Цель такого изучения - определить для компании сегмент наиболее интересных из потенциальных потребителей и использовать эту информацию при разработке стратегии инновационного развития.

На товар ЗАО «Восход» существует шесть групп потребителей. Это стационарные точки общепита (не менее 50%); доставка обедов (5%); фабрики-кухни, производство салатов, выпечки (3%); точки на открытом воздухе (до 20% в сезон); рестораны, кафе (до 5%); население и офисы - пикники, вечеринки и т. д. (до 25%).

Основными отраслями промышленности, производящими потребительские товары и применяющими упаковку являются пищевая отрасль, а также легкая, текстильная.

Опыт показывает, что не менее 50% упаковки идет в пищевые отрасли производства. В развитых странах на упаковку продуктов питания ежегодно расходуется 50 - 60% всей полимерной упаковки и около 70% общего объема потребительской упаковки. Остальная часть приходится на хозяйственные товары и предметы личной гигиены.

Лидерами в области упаковки на Самарском рынке пищевой промышленности являются предприятия кондитерской промышленности. В настоящее время существенно улучшились дела с упаковкой у производителей хлебобулочной продукции. Большинство предприятий мясоперерабатывающей отрасли широко использует вакуумную упаковку, лотки из вспененного полистирола пищевых марок. Заметно продвинулись в улучшении упаковки Самарские молокозаводы. Однако, вместе с тем еще значительная часть продукции, в частности, молочной продукции (творог, сырковая масса и др.) поставляется потребителю в мягкой упаковке, быстро теряющей товарный вид и не обеспечивающей соблюдения требуемых сроков хранения.

Легкая и текстильная промышленность в основном используют пленочные и целлофановые виды упаковок, позволяющие производить как индивидуальную, так и групповую комплектацию товаров.

Для успешного функционирования ЗАО «Восход» постоянно производит изучение конкурентов и условий конкуренции в отрасли, это требуется фирме в первую очередь для того, чтобы определить в чём её преимущества и недостатки перед конкурентами и сделать выводы для выработки фирмой собственной успешной конкурентной стратегии и поддержания конкурентного преимущества.

Определение собственной конкурентоспособности предприятия является неотъемлемым элементом маркетинговой деятельности любого хозяйственного субъекта.

В целом, основными факторами конкуренции в области упаковки, определяющими спрос на российском рынке со стороны потребителей, являются:

- качество продукции;
- сервис поставок упаковки;
- цена упаковки.

Именно указанные критерии наиболее актуальны на целевом рынке и именно они объясняют то, что российские потребители отдавали предпочтение продукции зарубежных фирм. В период после произошедшего в стране кризиса, цена упаковки стала наиболее значимым для потребителя фактором. В целом, рост объемов продаж готовой продукции конкретного производителя напрямую зависит от оптимального соотношения указанных показателей.

Для нахождения факторов конкурентного преимущества детально выполняется следующая работа:

I. Внутренняя сегментация рынка.

Сегментация этого рынка достаточно условна, она лишь отражает сегодняшнее положение в этой быстро развивающейся отрасли. Рассмотрим два основных потребителя термоформованной посуды и упаковки - системы быстрого питания и молочной промышленности. В качестве критерия сегментации данного

рынка используется область применения одноразовой упаковки в различных отраслях промышленности.

Сегодня этот рынок (условно) делится следующим образом:

1. Упаковка молочных продуктов - 40%.
2. Упаковка «fast-foods» - 40%.
3. Упаковка пищевая - прочая - 5%.
4. Упаковка промышленных товаров - 15%.

Остановимся более подробно на некоторых сегментах рынка одноразовой упаковки.

1. Упаковка молочной продукции.

Основными упаковываемыми продуктами являются сметана и йогурты. Сезонность потребления выражена слабо. Небольшое снижение происходит в летние месяцы. Ассортимент упаковки очень разнообразен. Значительный объём занимает полистирольный лист. Жёсткая конкурентная борьба по двум направлениям: качество и цена.

2. Упаковка «fast-foods».

Для этого рынка характерна ярко выраженная сезонность. Объёмы потребления в летние месяцы вырастают в несколько раз. Крупные корпоративные покупатели (сети «fast-foods») составляют 25-30%. Остальная часть продукции данного сегмента реализуется через мелкооптовые торговые сети и посредством прямой продажи.

Термоформованная посуда для быстрого питания ЗАО «Восход» делится на две части: стаканы и тарелки.

Тарелки разделяются по диаметру и глубине, а так же могут делиться на секции. Наиболее распространены закусочные (десертные) тарелки, диаметром 160 мм. Сезонность в их потреблении выражена слабо. При их продвижении на рынок ориентируются на сети быстрого питания. Стаканы разделяются по объёму, наиболее распространённые объёмы 200 и 500 мл, хотя на рынке есть и объёмы 150 и 300 мл. Стаканы 200 мл практически всегда белого цвета, хотя бывают и других цветов. Для стаканов 500 мл очень важна прозрачность.

Сезонность по стаканам выражена ярко. Потребность в стаканах 200 мл в летние месяцы вырастает вдвое, а в стаканах 500 мл вырастает в четыре раза.

Причём следует отметить, что в основном рост в летние месяцы обеспечивается за счёт посуды самой низкой ценовой категории.

II.определение и анализ факторов и уровня конкурентоспособности товаров фирмы и конкурирующих фирм;

III.определение факторов и уровня конкурентного преимущества фирмы по конкретным регионам и странам на текущий момент;

Рынок одноразовой посуды в России только формируется, данная продукция в Самару завозится из других регионов - Москвы, Омска, Тюмени. Для того чтобы проводить грамотную экономическую политику на своем предприятии, ЗАО «Восход» подробно изучает деятельность конкурирующих заводов и фирм.Основные конкуренты ЗАО «Восход» представлены в таблице 8. Эти мероприятия позволяют компании своевременно реагировать на изменения, происходящие, на рынке пластиковой продукции.

Главная роль продвижения - стимулирование спроса покупателей и улучшение общего имиджа компании. Существуют следующие способы продвижения продукции и общения с клиентами:

- реклама;
- стимулирование сбыта;
- персональные продажи.

Реклама как средство продвижения товара и услуг выполняет функции продвижения продукции и создания положительного образа компании для потребителей. Существует большое количество каналов рекламы, которые достаточно хорошо известны.

Реклама, имеющая целью формирование общественного мнения, предлагает ряд способов:

- краткие новости о компании и ее деятельности для прессы;
- статьи, представляющие более подробную информацию о компании;
- спонсорская поддержка различных мероприятий и акций.

Таблица 8 -Основные конкуренты ЗАО «Восход»

Наименование предприятия	Характеристика предприятия
«Полимер пак» Омск	Время работы 13 лет Основное направление: производство стаканчиков для молочной промышленности, одноразовая посуда. Оптовая цена кружки 0,55 руб. Производительность 350 тыс. кружек в день те 10,5 млн. мес. Оборудование: Kuhne (Германия).
«Тюмень пластик» Тюмень	Время работы 14 лет. Основное направление: производство стаканчиков для молочной промышленности На рынке одноразовой посуды 11 лет Изготавливают стаканы, кружки не изготавливают и не собираются изготавливать. Посуда изготавливается из полипропилена термостойкостью 100 С, тюменский полистирол выдерживает температуру только до 65 С. Производительность: 10 млншт стаканчиков в мес. Загрузка ~ 100% Оборудование: оборудование Meaf (Голландия)
«Алькор» Магнитогорск	Производство изделий исключительно из полипропилена. Основное направление: Контейнеры с крышками, одноразовая посуда
«Росполимер» Озерск	Основное направление: производство стаканчиков для молочной промышленности Посуду не производят и не собираются производить. Загрузка ~ 100%, для расширения производства необходимо приобретение дополнительной термоформовочной машины. Оборудование: оборудование Meaf (Голландия)

Компания использует в качестве рекламных средств следующее:

- прямую почтовую рекламу по организациям - потенциальным партнерам;
- «прямой маркетинг» с посещением торговыми представителями компании организаций - потенциальных потребителей (продовольственные магазины, рынки и др.);
- информацию в периодических отраслевых и специализированных изданиях (журналы, сборники).

Поставщиков исходного материала для одноразовой посуды можно пересчитать по пальцам. Полипропилен производится всего на трех заводах - Московском НПЗ, в Уфе и Томске. Основных поставщиков полистирола в России

тоже трое. Это предприятия в городе Салават в Башкирии, в Тульской области и в Омске. Кроме того, крупные партии закупаются на Украине, в Луганске.

При планировании сбыта продукции, компания принимает решения относительно каналов сбыта товара, географии сбыта и количества торговых предприятий.

Принятая стратегия маркетинга по сбыту производимой продукции предполагает организацию поставок непосредственно компаниям-потребителям, без торговых посредников. Географией рынка сбыта продукции простирается за пределы Самарского региона.

Оплата за товар с организациями-потребителями производится в основном по предоплате.

Производителю надо учитывать и сезонность сбыта. Особенно это касается пивных (0,5 л) стаканов. На стаканчики по 200 мл (до 50% выпускаемой одноразовой посуды) спрос более устойчивый. Поэтому обычно предприниматели делают ставку на несколько видов продукции.

В рамках самого предприятия ЗАО «Восход» два года назад ввело в производство барьерных пленок и листов. Они обладают следующими инновационными характеристиками, а именно химико-физическими свойствами:

- газонепроницаемость;
- воздухонепроницаемость;
- водонепроницаемость.

Производство данных пленок и листов и является стратегическими и социальными инновациями, т.к. это увеличивает добавочную стоимость продукции и с помощью такого полиэтилена увеличивается срок хранения продукции. Но, к сожалению, переработка многослойных полимеров занимает больше ресурсов и не всегда оправдана, необходимо разработать структуру внедрения биоразлагаемых добавок.

2.3 Перспективы инновационного развития ЗАО «Восход»

Каждое коммерческое предприятие заинтересовано в устойчивом и эффективном развитии потенциала своей компании, для этого ему необходимо в той или иной степени заниматься инновационной деятельностью. Это положение отчетливо осознает руководство предприятия ЗАО «Восход».

ЗАО «Восход» входит в союз переработчиков полимеров, данный фонд занимается развитием инновационных разработок.

Крупные государственные корпорации, опираясь на государственные инвестиции, нацелены на национальные проекты, компании не таких глобальных размеров используют привлеченные капиталы для финансирования своих проектов по развитию своего бизнеса. Не большие компании не могут рассчитывать на стороннее финансирование, вследствие чего выискивают собственные средства на расширение бизнеса, увеличения круга влияния и на изучение и реализацию инновационных проектов.

В настоящее время существует несколько вариантов, для решения вопроса биоразлагаемых полимеров. Предприятию ЗАО «Восход» было предложено к рассмотрению несколько путей инновационной деятельности.

Рассмотрим подробнее все интересующие нас аспекты этих вариантов:

1. Создание новых видов биополимеров, с качественно новыми свойствами.

Существенный минус этого варианта – длительный срок разработки, порой на такие исследования уходят десятилетия (в это время конкуренты могут сделать решительный рывок в завоевании рынка, а разработка морально устареть еще до своего создания), так же это требует огромных свободных денежных средств, которыми ЗАО «Восход» на данный момент не располагает. Такими разработками занимаются крупные корпорации имеющие специальные подразделения для научных исследований или НИИ.

Несмотря на дороговизну исследований, имеется не малый зарубежный опыт в данном направлении.

Разработано новое поколение инициаторов, способствующих образованию биоразлагаемых полимеров в отсутствие растворителя. Исследователи из Великобритании заявляют, что новые катализаторы эффективнее ускоряют скорость реакции и лучше контролируют свойства полимера.

Группа Мэтью Дэвидсона (Matthew Davidson) из Университета Бата разработали производные на основе алкоголятов гафния и циркония, проявляющие высокую активность и селективность в получении полилактидов. Инициаторы на основе алкоголятов гафния и циркония обладают высокой активностью. В отличие от других инициаторов, созданных в последнее десятилетие, эти координационные соединения действуют не только в разбавленных растворах, но и позволяют получать стереорегулярные полимеры при полном отсутствии растворителя.

Биоразлагаемые полилактиды получают из возобновляемых сырьевых источников, как, например, из кукурузного крахмала, что делает эти полимеры привлекательной альтернативой полимеров, получающихся из нефтехимического сырья. Область применения полилактидов широка – от упаковочных материалов до хирургических нитей и имплантатов.

Ведущий специалист по катализаторам полимеризации из Университета Огайо Малькольм Чизхольм (Malcolm Chisholm) отмечает, что полимеризация в расплаве особенно привлекательна для промышленного получения полимеров, а стереоселективная полимеризация воспроизводит еще больший интерес. По его словам, до настоящего времени, ни один катализатор не мог обеспечить осуществление стереоселективной полимеризации в расплаве. Дэвидсон хочет заняться разработкой новых типов металлоорганических катализаторов полимеризации для других биоразлагаемых полимеров. Он считает, что для большей эффективности работы необходимо уточнение механизма процесса катализа стереоселективной полимеризации, для чего планирует сотрудничать со специалистами в области квантовой химии, а также провести детальные кинетические исследования.

Компания Cereplast Inc, один из крупнейших производителей биопластмасс, расширила диапазон марок разлагаемых микроорганизмами полимеров. Компания

представила новую марку биополимера CP-INJ-13, которая сохраняет структурную жесткость при отрицательных температурах.

Таким образом, Cereplast делает заявку на идеальное сырье для упаковки замороженных продуктов, например упаковки для замороженных овощей и других продуктов контейнеров для мороженого, требующих хранения при низкой температуре. Как и все основные крупнотоннажные биополимеры, CP-INJ-13 создан на основе полимолочной кислоты (полилактида), однако основное преимущество новой модификации в том, что она обеспечивает структурную целостность материала при температурах вплоть до -35°C . Кроме того, относительное удлинение при растяжении нового биополимера примерно в 10 раз больше чем стандартного (284 % для CP-INJ-13 и около 25 % или меньше для полилактида по ASTM D638).

CereplastCompostables – экологические полимеры из возобновляемых продуктов, являющиеся заменителями пластмассовых продуктов на основе нефти. Биополимеры на сегодняшний день могут использоваться почти в 100 % случаев вместо пластмасс на основе нефти. CereplastCompostables выпускаются на основе крахмала и производятся, как правило, из пшеницы, из зерна и картофельных крахмалов.

2. Создание такой биодобавки, которая была бы привлекательна в качестве пищи для определенных микроорганизмов. Для воплощения этого варианта в жизнь необходимо создание специальных полигонов для мусора, куда бы завозили специально для этого выращенных бактерий. Бактерии играли бы одну из главных ролей в утилизации биополимера.

3. Создание добавки, которая будет привлекательна в период разложения в качестве пищи для любых насекомых.

4. Создание добавки, которая значительно уменьшит срок разложения полимерных изделий с 200 лет до 1-5 лет.

Применение одного из этих вариантов, позволит ЗАО «Восход» не только расширить инновационную деятельность, но и увеличить прибыль, а значит, улучшить свое финансовое положение.

3 Повышение эффективности инновационной деятельности на предприятии ЗАО «Восход»

3.1 Выбор пути инновационного развития ЗАО «Восход»

Руководство ЗАО «Восход» внимательно отслеживает происходящее в отрасли, как внутри страны, так и за рубежом.

Уже сегодня экологические законы в Австралии и Новой Зеландии требуют применение биопластмасс для упаковки пищевых продуктов. Во Франции соответствующий закон должен вступить в силу 2019 году. Следует ожидать аналогичных законов и в других странах ЕС.

Опираясь на мнение знатоков полимерного дела, ЗАО «Восход» считает, что через несколько лет по всему миру начнется волна по запрещению использования не биоразлагаемых полимеров, и эта волна непременно затронет Россию и Самарскую область в частности. Если руководство предприятия ЗАО «Восход» не предпримет решительных действий в направлении изучения этого вопроса и внедрения инновационного проекта по использованию в производстве биоразлагаемых полимеров, это промедление или ничего неделание может означать для организации верный путь к прекращению производства, и закрытию предприятия.

Не желая такого развития событий, руководство ЗАО «Восход» уже сейчас, не дожидаясь введения аналогичных законов в нашей стране, ищет пути решения этого вопроса: изучается научную литературу, отслеживаются последние новости полимерной отрасли, ведется деловое общение с предприятиями производящими новинки полимерного сырья и новейшего оборудования, ведется плотное сотрудничество с местными НИИ.

После изучения предложенных вариантов, описанных в п.2.3 данной работы, руководством ЗАО «Восход» было принято управленческое решение, которое отражает интересы компании в будущем и соответствует ее возможностям.

ЗАО «Восход» считает второй вариант затратным, как и первый, требующим тщательной доработки, с уточнением нескольких вопросов: кто будет организовывать и содержать полигоны. Для внедрения был выбран четвертый

вариант - применение добавки, которая уменьшит срок разложения полимерных изделий до 1-5 лет.

Изучив подробно рынок сырьевых добавок для полимеров, было принято решение о выборе поставщика, который имеет хорошую репутацию на рынке и является крупным разработчиком и производителем новинок в области сырьевых добавок для полимеров. Сырьевая добавка BRPP 0120 будет закупаться у предприятия «Spectr».

Сырьевая добавка BRPP 0120 не является готовым сырьем, а лишь компонентом, который качественным образом меняет характеристики исходно сырья, делая его биоразлагаемым. В результате чего разработчик и производитель сырьевой добавки BRPP 0120 не может предоставить точных характеристик и режимов для оборудования (температурный режим и т.д), рекомендаций по марке оборудования, по технологии, изготовитель может только предполагать о технологических характеристиках, так как полимеров огромное количество, и в совокупности с сырьевой добавкой, материал может вести себя по-разному.

Вследствие изложенных выше причин, руководство ЗАО «Восход» планирует первые два квартала заниматься НИОКР. Во время НИОКР будет происходить изучение сырьевой добавки BRPP 0120 в композиции с разными полимерами, выявление качественных характеристик полученных соединений, выбор и подбор технологических и температурных режимов, проверка опытным путем имеющегося на предприятии оборудования на соответствие выявленному технологическому процессу. В случае необходимости оборудование будет модернизироваться, либо закупаться новое оборудование с необходимыми характеристиками. Изготовление пробных опытных партий поможет и устранить все производственные нюансы перед запуском серийного производства.

В течении 2 кварталов до запуска серийного производства и последующие годы планируется обучение персонала необходимым знаниям и навыкам. В последние годы многие предприятия большое внимание стали уделять управлению знаниями. На этой основе развивается идея «человеческого капитала»- совокупности образования, природных талантов работников, их квалификации и

опыта, всего, что является источником будущих успехов предприятия. Обучение рабочих планируется неотрывно от производства – ознакомление с характеристиками сырьевой добавки, с особенностями ее применения, совместно с технологом будут вырабатываться, и отрабатываться технологические процессы и температурные режимы. Планируется направить технолога на повышение квалификации и получение новых знаний в области биоразлагаемых материалов в Красноярск, в лабораторию хемоавтотрофного биосинтеза института биофизики Сибирского отделения РАН. Именно в этом институте добились поразительных успехов в области биополимеров. По окончании обучения, специалист сдает экзамен и получает сертификат, подтверждающий его квалификацию в новом направлении. Вернувшись на предприятия технолог проводит обучение персонала, после чего подвергает полученные ими знания теоретической и практической проверке. Обучение технолога проводится по квартально, остальные работники обучаются постоянно, проходя отчетность ежемесячно в течении первых 1.5 лет, и ежеквартально последующее время.

Биологически-разлагаемые полиэтиленовые изделия в последнее время начинают пользоваться достаточно большим спросом. Население уделяет повышенное внимание экологической обстановке, стремясь очистить окружающую среду, улучшить атмосферу, вести здоровый образ жизни и т.д. К тому же отмечается тенденция запрета на использование обычных пластиковых изделий. Но пока данный сегмент практически свободен на территории России.

Биодобавки, равно как и биополимеры, полностью безопасны, поэтому эко-пакеты используют для упаковки различной продукции.

В качестве сырья для био-изделий используются полимеры, изготовленные при ферментации сахарной свеклы, тростника и других волокон растительного происхождения.

Эко-продукты бывают двух видов: оксо-продукты и гидро-продукты. Все зависит от способа производства (добавлялись в состав биодобавки или растительные волокна), а также среды разложения (почва или вода).

В случае добавления биополимеров в гидро-продукты стоимость готового изделия вырастает в 5 раз, поэтому данный продукт не рассматривается как рентабельный товар.

3.2 Оценка экономической эффективности инновационного проекта

Эффективность инноваций непосредственно определяется их конкретной способностью сберегать соответствующее количество труда, времени, ресурсов и денег в расчете на единицу всех необходимых и предполагаемых полезных эффектов создаваемых продуктов, технических систем, структур. Рассмотрим затраты на инновацию по применению добавки, которая уменьшит срок разложения полимерных изделий до 1-5 лет в таблице 9.

Таблица 9 –Исходные данные для расчета затрат на инновацию ЗАО «Восход»

Номенклатура	Переменные затраты, тыс.руб. за тонну	Объем реализации продукции с учетом нововведения (в квартал) в тоннах	Рыночная цена реализации, тыс.руб. за тонну
Стаканы	60	202,5	78,4
Пакеты	60	157,5	88,0
Тарелки	60	90	89,6

Текущие затраты–затраты, возникающие при производстве продукции, (работ, услуг), рассматриваемых при описании проекта.

Текущие затраты за квартал составляют (для расчета постоянные затраты взяты в пересчете на 1 тонну):

$$\text{Тек.Затр.} = \text{Пост.затр.} + \text{Пер.Затр} = 3,98 + 27,00 = 30,98 \text{ тыс.руб/тонн} \quad (1)$$

Выручка от реализации - это цена всего объема отгруженной продукции за выбранный промежуток времени. Выручка от реализации общего объёма продаж за квартал составляет: сумму произведений объемов реализации стаканов, пакетов, тарелок на рыночную цену их реализации.

Рассчитаем выручку и затраты данного инновационного проекта за весь рассматриваемый период, равный 16 кварталам (4 года). Предположительная выручка ЗАО «Восход» с учетом инновации составит 38 млн.руб в квартал. В таблице 10 представлены данные об объеме производства, цене на продукцию и выручке от реализации предприятия ЗАО «Восход». Переменные и текущие затраты представлены в таблице 11.

Потребность в чистом оборотном капитале представлена в приложении 3. Чистый оборотный капитал определяется как разность между текущими активами (оборотными средствами) и текущими обязательствами (кредиторской задолженностью) и показывает, в каком размере текущие активы покрываются долгосрочными источниками средств.

Оборотные средства могут быть охарактеризованы с различных позиций, однако основными характеристиками являются их ликвидность, объем и структура.

Для определения потребности в чистом оборотном капитале необходимы данные:

1. Периодичность закупки запасов сырья и материалов - 10 д.
2. Продолжительность цикла изготовления продукции – 5 д.
3. Периодичность отгрузки готовой продукции со склада – 10д.
4. Срок оплаты счетов покупателями, за отгруженную продукцию 45д.
5. Срок предоплаты поставщикам за материалы и сырьё - 10д.
6. Срок оплаты счетов, выставленных поставщиками 45д.
7. Срок предоплаты за отгружаемую продукцию со стороны покупателей – 5 д.
8. Период, в течение которого производится расчет – 45 д.
9. Периодичность выплаты зарплаты – 15 д.
10. Доля продукции отгружаемой по предоплате – 20%.
11. Доля материалов приобретаемых по предоплате – 50%.

Доля продукции, отгружаемой по предоплате, составляет 20%, а доля материалов, приобретаемых по предоплате, составляет 50%. Полные расчеты представлены в таблице 12.

Запасы сырья и материалов:

$$\text{Зап.}_{\text{с.м.}} = \frac{\text{Пер.зат.}}{90} * \text{T}_{\text{об}} * 50\%, \quad (2)$$

где $\text{Зап.}_{\text{с.м.}}$ - запасы сырья и материалов;

Пер.з.- переменные затраты;

T об.запасов - периодичность закупки запасов сырья и материалов;

90 - количество дней в 1-ом квартале.

Запасы сырья и материалов ЗАО «Восход» в квартал составят 1,5 млн.руб.

Незавершенное производство:

$$\text{Нез.пр.} = \frac{\text{Общ.тек.зат.}}{90} * \text{T}_{\text{об.нез.}}, \quad (3)$$

где Нез.пр. – незавершенное производство;

T об.нез. - продолжительность цикла изготовления продукции продукции.

Незавершенное производство в квартал составит 1,72 млн.руб.

Готовая продукция:

$$\text{Гот.прод.} = \frac{\text{Общ.тек.зат}}{90} * \text{T}_{\text{об.гот.прод.}}, \quad (4)$$

где Гот.прод. – готовая продукция;

T об.гот.прод. - периодичность отгрузки готовой продукции со склада (дни);

Готовая продукция ЗАО «Восход» в квартал – 3,44 млн.руб.

Дебиторская задолженность - это стоимость произведенной продукции, которая поставлена на сторону, но не оплачена.

$$\text{Д.З.} = \frac{\text{Выр.}}{90} * \text{T}_{\text{об.д.з.}} * 80\%, \quad (5)$$

где Д.З. - дебиторская задолженность;

T об.д.з.(период оборота дебиторской задолженности) – срок оплаты счетов покупателями, за отгруженную продукцию (дни).

80% - доля продукции отгружаемой без предоплаты.

Дебиторская задолженность ЗАО «Восход» за квартал – 15,12 млн.руб.

Авансы поставщикам:

$$\text{Ав.пост.} = \frac{\text{Общ.тек.зат.}}{90} * \text{Т}_{\text{об.ав.пост.}} * 0,5, \quad (6)$$

где Ав.пост. – авансы поставщикам;

Т об.ав.пост.- срок предоплаты поставщикам за материалы и сырьё (дни);

50% - доля материалов отгружаемых по предоплате.

Авансы поставщикам в квартал составят 1,72 млн.руб.

Суммарные текущие активы - это сумма статей «Запасы сырья и материалов» + «Незавершенное производство» + «Готовая продукция» + «Дебиторская задолженность» + «Авансы поставщикам»:

$$\text{Т.А.} = \text{Зан.с.м.} + \text{Нез.пр} + \text{Гот.прод} + \text{Д.З.} + \text{Ав.пос}, \quad (7)$$

Кредиторская задолженность:

$$\text{Кред.зад.} = \frac{\text{Общ.тек.зат.}}{90} * \text{Т}_{\text{об.}} * (1-0,5), \quad (8)$$

где Кред.зад. – кредиторская задолженность;

Т об. – срок оплаты счетов, выставленных нам поставщиками (дни);

0.5 - доля мат. затрат приобретенных без предоплаты.

Кредиторская задолженность ЗАО «Восход» в квартал – 7,74 млн.руб.

Авансы покупателей:

$$\text{Ав.покуп.} = \frac{\text{Выр.}}{90} * \text{Т}_{\text{об.ав.пок.}} * 0,2, \quad (9)$$

где Ав.покуп. – авансы покупателей;

Т об.ав.пок. - срок предоплаты за отгружаемую продукцию со стороны покупателей;

0,2 – доля продукции отгружаемой по предоплате.

Авансы покупателей ЗАО «Восход» в квартал – 0,42 млн.руб.

Расчеты с бюджетом и внебюджетными фондами:

$$\text{Расч.} = \frac{\text{Общ.тек.зат.}}{90} * \text{Т}_{\text{расч.}} * 0,5, \quad (10)$$

где Расч.- расчеты с бюджетом и внебюджетными фондами;

Т расч. – периодичность, в течение которого производится расчет.

Расчеты с бюджетом и внебюджетными фондами ЗАО «Восход» составят в квартал 7,74 млн.руб.

Расчет с персоналом:

$$\text{Расч.перс.} = \frac{\text{Общ.тек.зат.}}{90} * T_{\text{об.расч.}} * 0,5, \quad (11)$$

где Расч.перс. – расчет с персоналом;

T об.расч. по зарплате – периодичность выплаты З.П

Суммарный текущий пассив включает сумму: статей «Кредиторская задолженность» + «Авансы покупателей» + «Расчеты с бюджетом и внебюджетными фондами» + «Расчет с персоналом»

$$T.П. = \text{Кред.зад.} + \text{Ав.покуп.} + \text{Расч.} + \text{Расч.перс.}, \quad (12)$$

Суммарный текущий пассив ЗАО «Восход» в квартал составит 18,49

Чистый оборотный капитал представляет собой разность между текущими активами и текущими пассивами (ЧОК = ТА — Т.П.), поэтому любые изменения в составе его компонентов прямо или косвенно влияют на его размер и качество. Как правило, разумный рост чистого оборотного капитала рассматривается как положительная тенденция, однако могут быть и исключения. Например, его рост за счет увеличения безнадежных дебиторов.

$$\text{ЧОК} = \text{ТА} - \text{Т.П.} \quad (13)$$

Расчет потребности в чистом оборотном капитале, для инновационного проекта, в полном объеме представлен в приложении 3.

Чистый оборотный капитал ЗАО «Восход» в квартал – 5,01 млн.руб.

Прирост величины ЧОК увеличивает потребность проекта в финансировании (создает отток денежных средств). Сокращение ЧОК создает дополнительный приток денежных средств (создает приток денежных средств).

Изменение ЧОК возникает одновременно при изменении объемов производства и реализации продукции, при изменении текущих затрат, при изменении периодов оборота текущих активов или пассивов.

Капитальные вложения. Как известно, основные средства - это совокупность материально-вещественных ценностей, используемых в качестве средств труда и

действующих в натуральной форме в течение длительного времени как в сфере материального производства, так и в непроизводственной сфере.

Стоимость инновационного проекта ЗАО «Восход» состоит из привлеченных (кредитных) средств, и собственных средств, расходуемых по трем направлениям:

- расходы на реконструкцию оборудования;
- расходы на реконструкцию производственных помещений;
- расходы на первоначальный запас материалов, покупка сырьевой добавки.

Инвестиционные затраты составляют в сумме 15,2 млн. руб. и разбиты на этапы в соответствии с принятым на ЗАО «Восход» планом проведения работ по реконструкции и запуску производства.

Существующие фонды ЗАО «Восход» составляют 200 млн.руб.

В соответствии с инвестиционным замыслом первые шесть календарных месяцев (первые два инвестиционных периода - два квартала) посвящаются работам по модернизации оборудования, а также частичной реконструкции помещений. Для этого используется привлечение краткосрочных заемных средств. Один из коммерческих банков области согласен финансировать проект на условиях 15% годовых в рублях с ежеквартальной уплатой процентов и возвратом основного долга в течение двух с половиной лет с момента выдачи кредита.

Расчет амортизационных отчислений и остаточной стоимости активов для инновационного проекта, в полном объеме, представлен в таблице 13.

Таблица 13 - Капитальные вложения проекта

КАПИТАЛЬНЫЕ ВЛОЖЕНИЯ	млн. руб.	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	5 кв	6 кв	7 кв	8 кв
Существующие фонды		200	0	0	0	0	0	0	0
Затраты на реконструкцию (с НДС)		0	0,20	0	0	0	0	0	0
Амортизационные отчисления	5%	0	0	2	2	2	2	2	2
Остаточная стоимость активов (без НДС)		200	200	198	196	194	192	190	188

КАПИТАЛЬНЫЕ ВЛОЖЕНИЯ	млн. руб.	9 кв	10 кв	11 кв	12 кв	13 кв	14 кв	15 кв	16 кв
Существующие фонды		0	0	0	0	0	0	0	0
Затраты на реконструкцию (с НДС)		0	0	0	0	0	0	0	0
Амортизационные отчисления	5%	2	2	2	2	2	2	2	2
Остаточная стоимость активов (без НДС)		186	183	181	179	177	175	173	171

Приток денежных средств ЗАО «Восход» начиная с четвертого квартала составит – 37,79 млн.руб. ежеквартально. Отток денежных средств ЗАО «Восход» начиная с четвертого квартала составит – 34,96млн.руб. ежеквартально.

Чистый поток денежных средств ЗАО «Восход» начиная с четвертого квартала составит – 2,83млн.руб. ежеквартально. Движение денежных средств с учётом инновации продемонстрировано на рисунке 3.

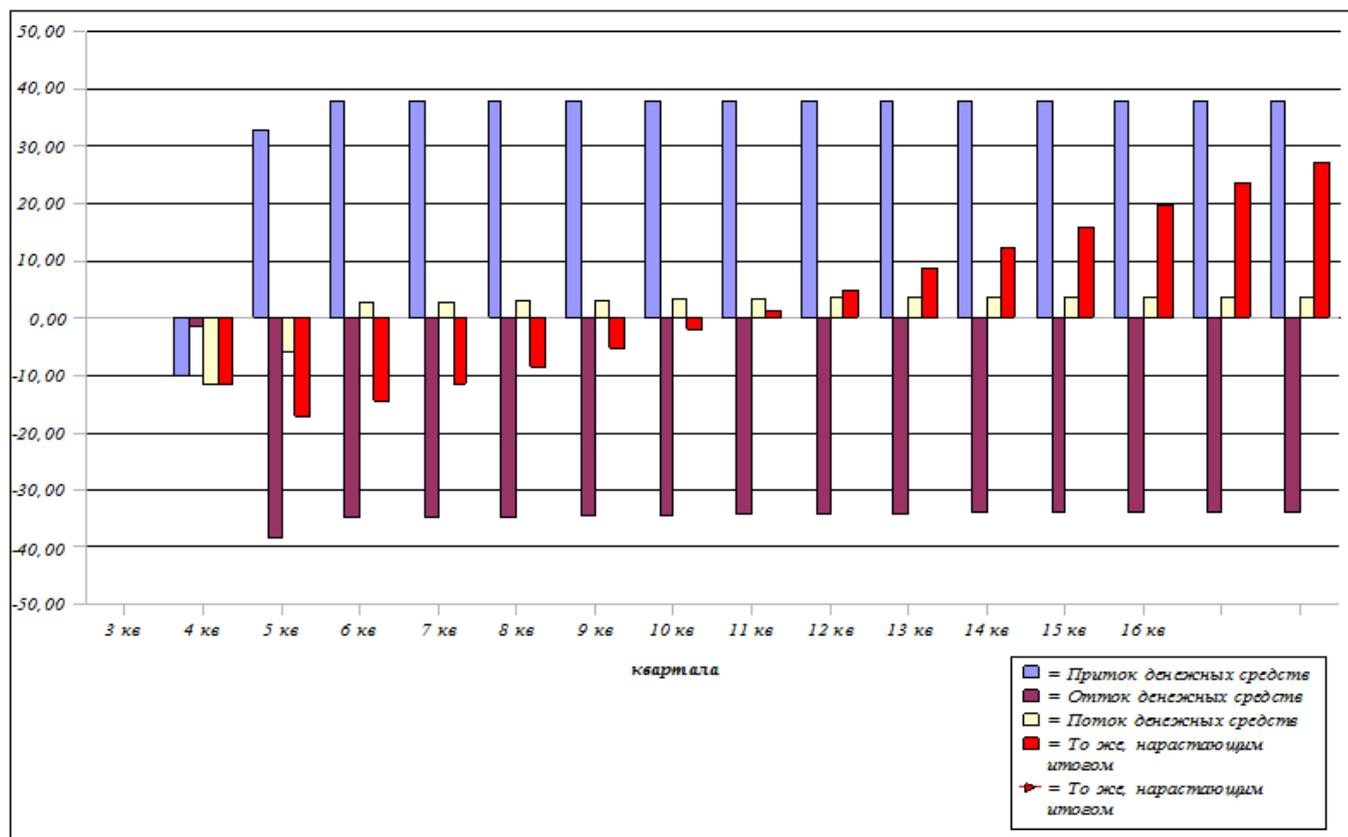


Рисунок 3 – Движение денежных средств с учётом инновации

Прибыль от продаж продукции ЗАО «Восход» в квартал – 8,90 млн.руб. Это то увеличение общей массы прибыли, которое достигается при увеличении объема производства на одну единицу.

Чистая прибыль равна балансовой прибыли за вычетом налога на прибыль. Этот показатель дает наилучшее представление об эффективности функционирования предприятия. Информация о прибыли проекта представлена на рисунке 4.

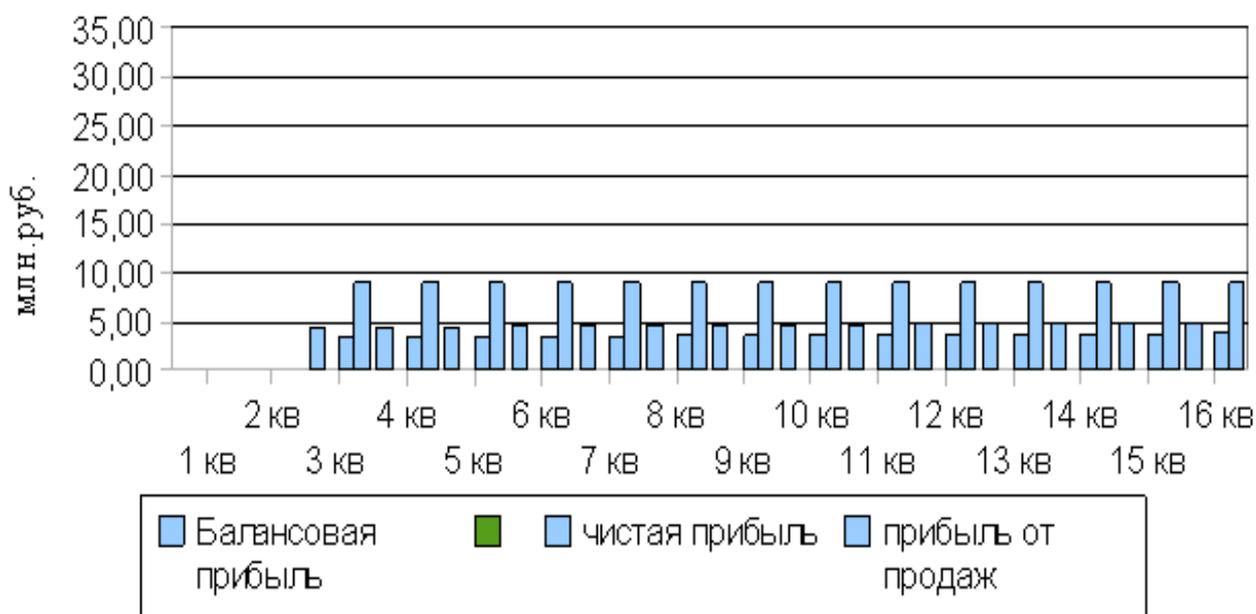


Рисунок 4 – Прибыль ЗАО «Восход» с учетом инноваций

Привлечение кредитов. Один из коммерческих банков области финансирует данный инновационный проект на условиях 15% годовых в рублях. Возврат основного долга осуществляется с 5 по 9 кварталы, проценты же по кредитам выплачиваются ежеквартально с момента получения кредита. Предприятие ЗАО «Восход» должно полностью погасить задолженность по кредиту в течение двух с половиной лет с момента его получения, то есть до 10 квартала. Размер кредита составляет 15,2 млн.рублей.

Эффективность проекта определяется, прежде всего, соотношением результатов осуществления проекта (в виде поступлений от продажи производимой продукции) и затрат, необходимых для достижения этих

результатов. Разность между чистыми притоками и оттоками денежных средств представляет собой чистый доход проекта на данном отрезке срока жизни.

При оценке эффективности инновационного проекта соизмерение разновременных показателей осуществляется путем приведения (дисконтирования) их к ценности в начальном периоде. Для приведения разновременных затрат, результатов и эффектов используется норма дисконта, равная приемлемой для инвестора норме дохода на капитал. В качестве приближенного значения ставки сравнения были использованы существующие усредненные процентные ставки по долгосрочным банковским кредитам и вкладам (депозитам).

В данном проекте NPV получился положительным и имеет высокий показатель, что считается подтверждением целесообразности инвестирования денежных средств в проект. Наглядно изменение чистого дисконтированного дохода (NPV) ЗАО «Восход» с учётом инновации продемонстрировано на рисунке 5.

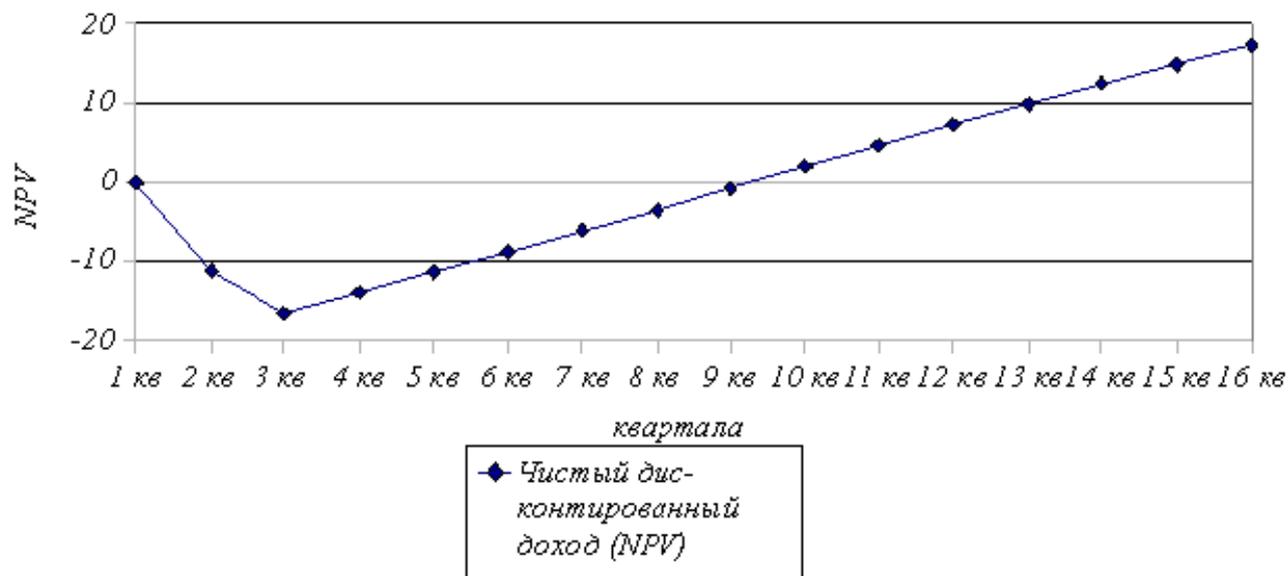


Рисунок 5 – Чистый дисконтированный доход (NPV) ЗАО «Восход» с учетом инноваций

Данный проект довольно чувствителен к изменениям основных параметров, таких как объём реализации продукции, цена и инвестиционные затраты. Особенно

Таким образом, по результатам проведенных расчетов, можно сделать вывод, что проект является привлекательным для инвестирования средств. Срок окупаемости составит 2 года, что является приемлемым значением для данной отрасли. Дополнительный доход от данного инновационного предложения по введению добавки, которая уменьшит срок разложения полимерных изделий до 1-5 лет составит 106,8 млн.руб. за весь срок реализации проекта. В связи с вышеизложенным, данный инновационный проект рекомендуется к внедрению на ЗАО «Восход».

Заключение

В ходе проведенного исследования была глубоко изучена теоретическая база, наработанная зарубежными учеными и специалистами, а также последние разработки отечественной школы, в результате чего была еще раз доказана актуальность и важность выбранной темы в современном обществе.

Анализ эффективности инновационного проекта позволил выявить ряд факторов, требующих весьма серьезного к себе отношения при попытках реализации инновационных проектов. В частности, было выявлено, что основными факторами, тормозящими освоение инноваций, в стране являются, прежде всего, нехватка собственных финансовых ресурсов в научно-исследовательских институтах и их промышленных базах, недооценка инноваций и их потенциала, риски освоения новой продукции, отсутствие необходимой информации, недостаточный уровень государственной поддержки и, естественно, нехватка высококвалифицированных кадров. Анализ развития менеджмента инноваций в России подтвердил необходимость заимствования западного опыта при подготовке специалистов высочайшего уровня, ведь наличие квалифицированных руководителей на 80 % определяет успех проекта.

Также было выявлено, что на преобладают так называемые «открытые» инновации, стремительно отвоевывая позиции у так называемых «закрытых», в рамках которых весь инновационный проект, от этапа НИОКР до запуска серийного производства и выхода на рынок осуществляется в рамках одной и той же организации.

ЗАО «Восход» имеет возможность осуществлять инновационную деятельность, внедряя улучшающие инновации. Предприятие может повысить свой инновационный потенциал путем привлечения квалифицированных работников, сотрудничества с научными институтами. Но на данном этапе у предприятия нет собственных источников финансирования инновационной деятельности.

Для реализации инновационного проекта был выбран проект, подразумевающий применение добавки, которая уменьшит срок разложения полимерных изделий до 1-5 лет.

Изучив подробно рынок сырьевых добавок для полимеров, было принято решение о выборе поставщика, который имеет хорошую репутацию на рынке и является крупным разработчиком и производителем новинок в области сырьевых добавок для полимеров. Сырьевая добавка BRPP 0120 будет закупаться у предприятия «Spectr».

После расчета финансовых показателей, можно сделать вывод, что проект является достаточно привлекательным. Чистый дисконтированный доход проекта (NPV) при ставке дисконтирования 12% составляет 17 млн. руб.

В данном проекте NPV получился положительным и имеет достаточно высокий показатель, что считается подтверждением целесообразности инвестирования денежных средств в проект

Коэффициент доходности проекта NPVR (доходности инвестиций) составляет 118,6%. Экономический смысл этого показателя заключается в том, что он характеризует во сколько раз суммарный, приведённый к началу жизненного цикла проекта доход предприятия больше суммарных, приведённый к началу жизненного цикла проекта инвестиционных вложений.

То есть после окупаемости проекта, еще в течение времени, оставшегося до конца рассматриваемого периода, проект принесет прибыль равную 18,6% от вложенных в него инвестиций.

Срок окупаемости проекта 2 года и дисконтированный срок окупаемости – около 2,25 лет. Внутренняя норма доходности проекта – 56,8%. Это очень хорошие показатели для проекта и чем они выше, тем проект является более эффективным и прибыльным.

Что касается риска проекта, то следует сказать, что он все-таки есть. Данный проект довольно чувствителен к изменениям объёма реализации продукции, цене на продукцию и к изменениям затрат на материалы. Особенно заметна чувствительность проекта к изменениям цены на продукцию и затрат на материалы.

Но даже при достаточной доли риска проект, тем не менее, является привлекательным и дает гарантии для дальнейшего хорошего развития ситуации при его реализации.

После 2,25 лет предприятие начнет приносить прибыль, следовательно, проект можно считать рентабельным.

Из всего вышесказанного видно, что данный проект является очень своевременным, нужным и интересным в плане реализации для предприятия ЗАО «Восход» и имеет все шансы на успех.

В заключение хотелось бы еще раз подчеркнуть, что проведенные исследования о возможности реализации данного инновационного проекта важны не только для дальнейшего успешного развития рынка биоразлагаемой полимерной упаковки. Это одно из перспективных направлений решения глобальной экологической проблемы, связанной с загрязнением окружающей среды отходами полимерных материалов. Ведь современная упаковка должна рассматриваться как средство защиты не только товара, но и окружающей среды.

Список использованных источников

1. Арсланова З., Лившиц В. Принципы оценки инвестиционных проектов в разных системах хозяйствования // Инвестиции в России. -2013. - №1. – С 12-14.
2. Беренс В., Хавранек П. М. Руководство по оценке эффективности инвестиций. - М: Интерэксперт, Инфра-М, 2013, - 257 с.
3. Бизнес-план инвестиционного проекта / Под ред. Иванникова И. А. -М.: Экспертное бюро-М, 2014, - 246 с.
4. Бизнес-план инвестиционного проекта: отечественный и зарубежный опыт. Современная практика и документация: Учеб. пособие / Под ред. В. М. Попова. - М: Финансы и статистика, 2013, - 134 с.
5. Бизнес-среда и бизнес-стратегии в условиях конкуренции юрисдикций. Либман А.М. // Менеджмент в России и за рубежом №2 , 2014. – С. 22-23.
6. Большой экономический словарь / Под ред. Азрилияна А. Н. - М.: Фонд Правовая культура, 2015, - 344 с.
7. Валдайцев С. В. Оценка бизнеса и инновации. - М.: Информационно-издательский дом «Филинь»,2013, - 341 с.
8. Валдайцев С. В. Управление инновационным бизнесом. - М: ЮНИТИ-ДАНА, 2014, - 254 с.
9. Выбор оптимального варианта инвестиций (оптимизационный подход) Гречишкина М.В., Ивахник Д.Е // Финансовый менеджмент №3 , 2015. – С. 18-21.
10. Газеев М. Х., Смирнов А. П., Хрычев А. Н. Показатели эффективности инвестиций в условиях рынка. — М.: ВНИИОЭНГ, 2013, - 237 с.
11. Гранатуров В. М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения. - М.: Дело и сервис, 2013, - 221 с.
12. Дежина И. Г., Салтыков Б. Г. Механизмы стимулирования коммерциализации исследований и разработок. – М.: ИЭПП, 2014, - 255 с.
13. Дилемма инноватора. К. Кристенсен. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2014.
14. Завлин П. Н., Васильев А. В. Оценка эффективности инноваций. -СПб.: Бизнес-пресса, 2016, - 283 с.

15. Иванова Н. И. Наука в национальных инновационных системах// Инновации. – 2015. – №4.- С 22-26.
16. Инновации в России: иллюзии и реальность. В.В. Стасев, А.Ю. Забродин., Е.А. Черных. – Тула: ИПП “Триф и К”, 2015, - 398 с.
17. Инновационный менеджмент. Учебник/Под ред. С. Д. Ильенковой, – М.: Юнити, 2013, - 249 с.
18. Инновационный менеджмент. Справочное пособие, издание 2-е, переработанное и дополненное /Под редакцией П.Н. Завлина, А.К.Казанцева, Л.Э. Миндели. М.: Центр исследований и статистики науки, 2014, - 336 с.
19. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов Фатхутдинов Р.А.. – М.: Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2014, - 256 с.
20. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / Г.Я. Гольдштейн - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2013, - 277 с.
21. Клевлин А.И., Моисеева Н.К. Организация гармоничного производства (теория и практика): Учебное пособие. М.: Омега – Л, 2013.
22. Ковалев В.В. Методы оценки инвестиционных проектов. – М.: Финансы и статистика, 2015, - 342 с.
23. Медынский В.Г., Шаршукова Л.Г. Инновационное предпринимательство: Учебное пособие. – М.: Инфра–М, 2014, - 233 с.
24. Медынский В. Г., Ильдеменов С. В. Реинжиниринг инновационного предпринимательства. - М.: ЮНИТИ, 2015, - 343 с.
25. Новосельский В.И. Развитие экономики с учетом влияния глобализации и научно-технического прогресса//Промышленность России, 2014. — № 9. – С. 18-20 с
26. Обращение с отходами в Самарской области. //Инновации №1, 2016, - С. 18-22 с.

Приложения

Показатели эффективности ЗАО «Восход»

ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗАО «Восход»		1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	5 кв	6 кв	7 кв	8 кв	9 кв	10 кв	11 кв	12 кв	13 кв	14 кв	15 кв	16 кв
Чистый поток денежных средств		0	-1	-2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
То же, нарастающим итогом		0	-1	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	11
Ставка сравнения	12%																
<i>Индекс дисконтирования</i>		1,00	0,97	0,94	0,92	0,89	0,86	0,84	0,81	0,79	0,77	0,74	0,72	0,70	0,68	0,66	0,64
Дисконтированный ЧПДС		0	-1	-2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
То же, нарастающим итогом		0	-1	-3	-2	-1	0	1	1	2	3	4	4	5	6	7	8
Чистый дисконтированный доход (NPV)	8	0	-1	-3	-2	-1	0	1	1	2	3	4	4	5	6	7	8

