

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

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ

Кафедра экономики

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Выпускная квалификационная работа бакалавра
обучающегося по направлению подготовки 38.03.01 Экономика
профиля «Экономика организаций и предприятий»
очной формы обучения, 4 курса группы 06001308
Никитина Андрея Александровича

Научный руководитель
к.э.н., доцент
Мочалова Я. В.

Рецензент
Директор ООО «Химтрансазот»
Куцев Е. А.

БЕЛГОРОД 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	5
1.1 Сущность инновации как экономической категории.....	5
1.2 Инновационная деятельность на предприятии.....	13
1.3 Показатели оценки эффективности инновационной деятельности.....	16
2 АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ХИМТРАНСАЗОТ».....	23
2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия.....	23
2.2 Анализ хозяйственной деятельности предприятия.....	25
2.3 Повышение эффективности инновационной деятельности предприятия..	49
Заключение.....	55
Список литературы.....	57
Приложения.....	59

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В условиях рыночной экономики функционирование и развитие промышленных предприятий во многом обусловлены эффективной работой их инновационного механизма, а также эффективностью реализуемых им нововведений. Успех любой торговой фирмы определяется не столько масштабами реализации, сколько способностью к обновлению номенклатуры товаров в соответствии с состоянием рынка и поведением конкурентов. Завоевать покупателя и удержаться на рынке фирмы могут только предлагая новые или усовершенствованные качественные товары. Анализ хозяйственной практики свидетельствует о том, что значение инновационной деятельности для торговых предприятий в современных условиях постоянно возрастает.

Вопросы организации, управления, финансирования, оценки экономической эффективности инновационных проектов затрагиваются в работах Шустова А. А., Варламова М. Г., Иващенко Н. П., Жулиной Е. Г., Беляева Ю. М., Абдукаримова И. Т., Маркарьян Э.А. и др.

Теоретическая и практическая значимость исследования. Теоретические выводы и обобщения, содержащиеся в выпускной квалификационной работе, направлены на дальнейшее развитие экономической теории инноваций, а также на создание теоретической базы для решения вопросов, возникающих в ходе проведения инновационной деятельности. Практическая значимость работы заключается в разработке конкретных рекомендаций и методических положений, направленных на поиск и планомерную реализацию резервов повышения эффективности инновационной деятельности на предприятии.

Кризис инновационной сферы торговли обусловлен отсутствием целенаправленной работы по повышению эффективности торговой организации в целом и инновационной деятельности как его важнейшей составляющей, в частности. В этой связи необходимо отметить особое значение

своевременного выявления и планомерного использования резервов инновационной деятельности с целью повышения ее эффективности.

Таким образом, нерешенность ряда выше обозначенных теоретических и практических проблем в инновационной сфере торговых предприятий обусловили выбор темы исследования выпускной квалификационной работы.

Объектом исследования является финансово-хозяйственная деятельность ООО «Химтрансазот».

Предметом исследования выступает методология оценки и пути совершенствования управления ООО «Химтрансазот» в рыночной среде на основе инновационной деятельности.

Цель выпускной квалификационной работы состоит в анализе и разработке инновационных проектов ООО «Химтрансазот» для повышения эффективности инноваций на предприятии.

Для реализации поставленной цели потребуются решить следующие задачи:

- определить роль инноваций в хозяйственной деятельности предприятия;
- сформулировать комплексное понятие инноваций;
- исследовать организацию инновационной деятельности на предприятии;
- проанализировать методологические подходы к оценке инновационного потенциала предприятия;
- провести анализ степени внедрения инноваций в технологический процесс ООО «Химтрансазот»;
- разработать мероприятия по совершенствованию управления исследуемого предприятия на основе инновационной деятельности.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Сущность инновации как экономической категории

В развитии современной торговли важную роль занимает научно-технический прогресс (НТП). Большое значение придается своевременному использованию достижений НТП как в деятельности отдельных торговых организаций, так и в функционировании экономики в целом, что неоднократно отмечалось отечественными и зарубежными экономистами. Радикальная экономическая реформа, проводимая в отечественной экономике, и связанные с ней процессы приватизации, акционирования, формирования рынка ценных бумаг, рынка капитала, труда, инноваций и т.д. вынуждают промышленные предприятия не только внедрять новые формы и методы организации управления, но и преобразовывать механизм реализации достижений прогресса. От того, насколько успешно будет формироваться и действовать механизм реализации достижений НТП в рыночных условиях хозяйствования, зависит дальнейшее развитие торговой сферы нашей страны, объединение ее в мировое экономическое сообщество и, в конечном итоге, прохождение самих экономических реформ.

Исследование данной проблемы рекомендуется начать с определения понятия «инновация», поскольку в современной литературе оно раскрывается неоднозначно, что во многом объясняется различием подходов исследователей этого сложного и трудоемкого вопроса. «Подлинными инновациями предполагают новое решение потребительской проблемы..., или удовлетворяют потребность, для которой раньше не было товара....» (6, 58-59).

Очень часто встречается определение инновации как «процесса внедрения новых продуктов, услуг и производственных процессов» (10, 21).

В современной литературе весьма распространенным является двоякое толкование сущности инновации. Нововведение, с одной стороны, «есть процесс доведения технического изобретения до стадии практического

использования, когда оно начинает давать экономический эффект», а с другой стороны, - «конечный результат этого процесса, т.е. изобретение, доведенное до стадии коммерческого использования продукта или товара, появившегося в результате процесса нововведения в первом значении этого понятия» (16, 5).

Двойственность в трактовании термина «инновация» приводит к смещению понятий, что затрудняет процесс целеполагания. Это, в свою очередь, влечет за собой разные подходы к пониманию эффективности инновационной деятельности. Поэтому, необходимо четкое разграничение понятий.

В то же время многие исследователи считают, что инновации следует рассматривать как изменение состояния того или иного объекта (системы). Впервые такой подход к определению инновации предложил И. Шумпетер, который ввел в научный оборот понятие «осуществление 11 новых комбинаций». Согласно И. Шумпетеру, новые комбинации представляют собой изменение производства и рынка и осуществляются в следующих случаях:

- производство нового, т.е. еще не известного потребителям блага, или создание нового качества того или иного блага;
- использование нового, т.е. в данной отрасли промышленности практически неизвестного..., метода (способа) производства, в основе которого не обязательно лежит новое научное открытие и который может заключаться даже в новом способе коммерческого использования существующего товара;
- освоение нового рынка сбыта, т.е. такого рынка, на котором до сих пор данная отрасль промышленности этой страны еще не была представлена, независимо от того, существовал этот рынок прежде или нет;
- приобретение нового источника сырья или полуфабрикатов, равным образом независимо от того, существовал этот источник прежде, или просто не принимался во внимание, или считался недоступным, или его еще просто только предстояло создать;

- выполнение соответствующей реорганизации, например, обеспечение монопольного положения или подрыв монопольного положения другого предприятия» (15, 169).

Многие экономисты под инновацией подразумевают «прибыльное (рентабельное) использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, финансового, коммерческого, административного или иного характера» (8, 160).

Отражая главный признак нововведения преобразование научно-технических знаний в область практического использования, сторонники формулировки такого определения инновации не учитывают должным образом другую составляющую нововведения – удовлетворение определенной общественной потребности. Так, исходя из этой формулировки, инновацией можно считать любые действия, приносящие прибыль.

Определяя содержание инновации, следует исходить из того, что, с одной стороны, ее целью является удовлетворение общественной потребности, а с другой стороны, она является средством получения определенного экономического эффекта.

В этой связи можно сказать, что инновация это новшество (продукт, услуги, технология), внедренное в деятельность промышленного предприятия с целью получения определенного экономического эффекта на основе удовлетворения определенной общественной потребности.

Именно успешное сочетание лучшего решения потребительской проблемы с возможностью получения определенного эффекта инициатором использования идеи, изобретения, решения говорит о появлении нововведения.

Для определения роли инноваций в деятельности торгового предприятия необходимо рассмотреть объективную необходимость их внедрения:

во-первых, создание и использование инноваций, с одной стороны, обусловлено конкурентной борьбой торговых организаций, а, с другой стороны, является решающим фактором повышения конкурентоспособности;

во-вторых, пионеры освоения инноваций имеют возможность получения дополнительной прибыли в результате временной монополии на рынке;

в-третьих, радикальные инновации являются практически единственным средством, опираясь на которое небольшое торговое предприятие может превратиться в ведущую сеть.

Целесообразно отметить разную значимость воздействия выше обозначенных причин на инновационную деятельность торгового предприятия. Конкуренция является необходимой и обязательной причиной инновационной деятельности в силу того, что неконкурентоспособная организация просто не выживет в рыночной среде, тогда как причины, связанные с прибылью и увеличением объемов реализации, стимулируют торговое предприятие к достижению определенного положения на рынке услуг.

Инновация является результатом инновационного процесса, под которым следует понимать совокупность трудовых процессов по разработке, внедрению и практическому использованию изобретений (замыслов, идей) в деятельности торгового предприятия.

Одновременно, нужно рассматривать инновационную деятельность как организацию работ на стадиях инновационного процесса в ходе реализации различных инноваций в рамках определенного торгового предприятия.

Многообразие инноваций обуславливает необходимость их обобщения и систематизации, т.е. определенной классификационной работы.

Классификация позволяет проводить целенаправленную работу по реализации инноваций, выявлять их сильные и слабые стороны, вскрывать имеющиеся место резервы, отбирать наиболее эффективные варианты возможных решений, внедрять необходимые в данный отрезок времени нововведения и т.д. Классификация необходима при постановке разработчикам нововведений

соответствующих целей, что является немаловажным условием выбора предпочтительных направлений их деятельности и получения эффективных результатов.

В современной литературе классификации инноваций уделяется большое внимание, и можно утверждать, что этот вопрос исследуется в большинстве научных публикаций, посвященных вопросам инноваций и инновационной деятельности. Вместе с тем следует отметить, что до настоящего времени нет единого подхода к классификации инноваций.

Все предлагаемые варианты классификации инноваций различаются, прежде всего, по числу положенных в их основание классификационных признаков.

В качестве классификационных оснований экономисты Л.И. Ерохина и Е.В. Башмачникова (15, 28) предлагают такие признаки, как структурная характеристика инновационного изменения и интенсивность этого изменения.

Во многих исследованиях систематизация инноваций осуществляется только по одному признаку. Например, Беляев Ю. М. (3, 83-84) таким признаком считает характер общественных целей и различает по нему следующие разновидности инноваций:

- экономические, ориентированные на прибыль;
- экономические, неориентированные на прибыль;
- специальные.

Спорным является деление инноваций по степени завершенности, поскольку идея не получившая законченное воплощение в принципиально новых способах удовлетворения общественных потребностей, вряд ли может считаться инновацией. Это же обстоятельство подтверждает дискуссионность разделения инноваций на результативные и нерезультативные.

Чтобы классификация инноваций носила прикладной характер и использовалась в управлении инновационной деятельностью, в ее основу, закладываются такие признаки, как форма реализации содержания, степень

новизны, характер удовлетворяемой общественной потребности, способность к распространению, приоритет появления, время реализации инновации.

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

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

Инновации в форме процессов составляют прогрессивные изменения в технологических, организационных, управленческих, социальных и экономических процессах.

Инновации в форме процессов ориентированы, с одной стороны, на улучшение технико-экономических характеристик выпускаемых изделий, а с другой - на создание условий для освоения и производства новой продукции. Следовательно, в составе инноваций в форме процессов могут быть выделены:

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

Также инновации в форме процессов могут быть расчленены на инновации по повышению технического, организационного, экономического и социального уровней предприятия. Технический, организационный, экономический и социальный уровни имеют довольно сложную структуру, что предполагает дальнейшее деление инноваций в форме продукта и процесса. Так, инновации по повышению технического уровня производства можно подразделить на инновации совершенствующие орудия труда, предметы труда, технологические процессы и т.д. В составе инноваций по повышению организационного уровня предприятия позволительно выделить инновации по

повышению уровня организации основного производства, производственной структуры, труда и управления.

Инновации в форме продукта (предмета, товара) и в форме процесса взаимосвязаны и взаимозависимы. Известно, что инновации в форме продукта весьма часто требуют инноваций в форме процессов для того, чтобы к ним адаптировалась существующая торговая база и составляющие ее техническая, технологическая, организационная и социальная системы. В то же время инновации в форме процессов могут открывать новые возможности для инноваций в форме продуктов (предметов, товаров).

По степени новизны инновации делятся на радикальные (базисные) и ординарные (улучшающие). Радикальные (базисные) инновации коренным образом преобразуют возможности удовлетворения общественных потребностей, поскольку их основу составляют принципиально новые научные знания. В отличие от радикальных, ординарные инновации не затрагивают научной основы традиционных способов, приемов и методов удовлетворения общественных потребностей, а совершенствуют их посредством определенных количественных и качественных изменений.

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

Инновации реализуются в той или иной социально-экономической системе (общество, экономика, предприятие). В силу того что нельзя изменить какой-либо элемент системы без изменения всей системы, необходимо отметить, что инновация, направленная на изменение отдельного элемента

системы, повлечет за собой соответствующие изменения в других элементах системы. В этой связи, необходима классификация инноваций по приоритету их появления на следующие виды:

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

Так, освоение продуктовых инноваций побуждает предприятие к внедрению технологических, организационных, социальных и экономических нововведений. И, наоборот, инновации в форме процессов создают на предприятии условия для выпуска новой или усовершенствованной продукции. Весьма тесная связь существует между радикальными (базовыми) и ординарными инновациями, которая выражается в том, что каждая радикальная (базовая) инновация порождает множество ординарных нововведений. Кроме того, возможны ситуации, при которых ординарные инновации по мере развития трансформируются в радикальные (базовые). Использование данного подхода к подразделению инноваций позволяет не только сгруппировать инновации, но, прежде всего, предполагает нацеленность на инновационные изменения в других элементах системы.

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

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

К перспективным относятся инновации, реализация которых объективно требует более или менее значительных затрат времени и производственных ресурсов. Для использования текущих инноваций уже в ближайшее время

предприятие располагает всеми необходимыми материально-техническими ресурсами и социально-экономическими условиями.

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

Полагаем, что приведенная выше классификация инноваций отвечает основным формальным правилам построения любой научной классификации. В данной классификации:

- допускается разделение на группы всего множества инноваций;
- распределение инноваций осуществляется последовательно только по одному классификационному признаку;
- предусматривается возможность последующего непрерывного расчленения инноваций.

Кроме того, принятые в классификаторе признаки имеют сугубо прикладной характер, что позволяет использовать данную классификацию инноваций при решении конкретных задач управления инновационной деятельностью и выявления резервов повышения инновационной активности предприятий.

1.2 Инновационная деятельность на предприятии

Инновация в переводе с латинского языка означает «обновление, новшество или изменение». В соответствии с российским законодательством, «инновации - введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях».

Инновационная деятельность является важным условием для успешной работы современного торгового предпринимательства, обеспечения конкурентоспособности предприятий в долгосрочном периоде. Без осуществления инновационной деятельности организация не сможет оперативно реагировать на изменения внешней и внутренней среды, а, следовательно, перестанет эффективно удовлетворять потребителей своей реализуемой продукцией или предлагаемой услугой, что приведет к потере рыночных позиций.

Сфера торговли, занимая связующее звено между производителем и потребителем, обеспечивает обращение инновационных товаров, причем, в сфере торговли как создаются и внедряются собственные инновации, так и распространяются инновации, созданные в других сферах экономики.

Товарное обращение – неотъемлемый элемент рыночного хозяйствования, определяющий его суть и общественное назначение. Торговый бизнес как опорная составляющая развитых экономических отношений во многом способствует решению главной задачи общественного производства - удовлетворению разносторонних потребностей людей. Именно торговые предприятия, реализуя производственную потребительскую стоимость, связывают производство с потреблением и поддерживают баланс между спросом и предложением.

Деятельность по разработке, освоению и распространению инноваций - инновационная деятельность. Для ее осуществления предприятие должно располагать инновационным потенциалом - совокупностью трудовых, материальных, финансовых, научно-технических и других ресурсов.

Минимальным признаком инновации в торговле является требование, чтобы продукт, процесс, метод маркетинга или организации был новым (или значительно улучшенным) для практики данной организации. Это включает в категорию инноваций продукты, процессы и методы, которые фирмы создали первыми и/или продукты, процессы и методы, заимствованные от других фирм.

Инновационная деятельность торгового предприятия зачастую предполагает осуществление двух этапов: создание (или приобретение) новшества, а также его внедрение.

Различают инновации в оптовой и розничной торговле. Инновации в розничной торговле по такому классификационному признаку как сфера применения в деятельности торгового предприятия подразделяются на маркетинговые, логистические, организационные, коммерческие инновации (Таблица 1.1).

Таблица 1.1

Определения и примеры различных типов инноваций

Тип инновации	Определение	Примеры
Маркетинговые	Внедрение нового метода маркетинга: значительные изменения в дизайне или упаковке продукта, его складировании, продвижении на рынок, в назначении продажной цены	Открытие интернет-магазина. Собственные торговые марки. Инновации в рекламе. Разработка системы лояльности. Разработка системы бонусов. Мерчандайзинг
Логистические	Нововведения в области организации и управления движения потоков, снабжения и сбыта	Установка на автотранспорт GPS-навигации. Внедрение адресного хранения продукции. Автоматизация складского учета
Организационные	Внедрение нового организационного метода в деловой практике фирмы, в организации рабочих мест или внешних связях.	Категорийный менеджмент. Первое внедрение стандартов контроля качества для поставщиков
Коммерческие	Новые или значительно улучшенные продукты (товары, услуги), методы в организации обслуживания различных категорий потребителей, нововведения, обусловленные общими тенденциями развития торговли.	Кассы самообслуживания и самосканирования. Умная тележка. Интеллектуальные примерочные. Электронные ценники. Новые форматы и типы предприятий торговли. Новые направления бизнеса

Инновационный подход играет ключевую роль в развитых странах, и в современной России в условиях развития рыночных отношений и необходимости выхода из кризисных ситуаций.

Возрастающая роль инноваций обусловлена, во-первых самой природой рыночных отношений, во-вторых, необходимостью существенных качественных преобразований в экономике России с целью преодоления кризиса и выхода на траекторию устойчивого роста.

Движущей силой конкуренции является стимул к инновациям, которые неотделимы от предпринимательства. Именно на основе инноваций используется усовершенствованная технология и организация производства, повышается качество продукции и услуг, обеспечивается успех и эффективность деятельности предприятия. Решение этих задач предполагает новаторский и предпринимательский подход, сутью которого является поиск и реализация инноваций.

Внедрение инноваций может кардинально улучшить качество обслуживания, оптимизировать ежедневную работу торгового предприятия (организации), сократить издержки, увеличить товарооборот и прибыль, что в конечном итоге приведет к повышению конкурентоспособности предприятия.

1.3 Показатели оценки эффективности инновационной деятельности

Проблема повышения эффективности деятельности торговых предприятий, обеспечения высоких темпов их экономического развития актуальна в современных условиях развития экономики страны. При этом инновационная деятельность способна обеспечить быстрое оживление экономики страны, помочь выйти из кризисного состояния. Наряду с этим инновационная деятельность требует значительных затрат, к тому же подверженных высокой степени риска. В связи с чем возникает необходимость выявления и обоснования методики оценки экономической эффективности инновационной деятельности.

Методология расчета экономической эффективности инновационной деятельности должна обеспечить решение следующих вопросов:

- обоснование научных исследований;
- определение критериев и показателей оценки экономической эффективности;
- оценка влияния инновационной деятельности на эффективность предприятия;
- выбор эффективных методов осуществления инновационной деятельности.

Реализация данной методики обеспечит возможность принятия решений о целесообразности инновационной деятельности на самых ранних ее этапах.

Способы и методы оценки эффективности инновационной деятельности основываются на соизмерении затрат и конечных результатов. Но конечный результат может быть получен только при всесторонней оценке инновационной деятельности торгового предприятия. При этом оценку инновационной деятельности предприятий можно производить по общепринятым в экономике направлениям:

- научно-информационный уровень предприятия;
- технический уровень предприятия;
- технико-экономическая эффективность инновационных проектов.

Критериями оценки инновационной деятельности можно считать:

- научный уровень предприятия;
- уровень информационного обеспечения;
- конкурентоспособность разработок, обеспечивающих достижения поставленной предприятием цели.

Научный уровень предприятия в большей степени может характеризоваться долей выполнения и внедрения собственных научно-исследовательских разработок в производство. При этом научный уровень

предприятия можно определить как отношение затрат на инновационную деятельность к общим затратам на производство:

$$K_n = \frac{Z_n}{Z_p}, \quad (1.1)$$

где K_n – коэффициент научного уровня производства;

Z_n – сумма затрат на инновационную деятельность, руб;

Z_p – общая сумма затрат на производство, руб.

Этот показатель может быть плановым, фактическим и нормативным. При необходимости данный показатель может быть использован для оценки места предприятия среди конкурирующих организаций.

Оценка инновационной деятельности предприятия также может осуществляться с помощью коэффициента, отражающего долю внедрения собственных разработок в общем количестве выполненных собственных разработок:

$$K_{ср} = \frac{P_{вср}}{P_{оср}}, \quad (1.2)$$

где $K_{ср}$ – коэффициент внедрения собственных разработок;

$P_{вср}$ – количество внедренных собственных разработок, ед.;

$P_{оср}$ – общее количество выполненных собственных разработок.

Данный показатель может быть использован для обоснования и оценки собственного научного уровня инновационной деятельности предприятия.

Для оценки инновационной деятельности предприятий и определения оптимального соотношения собственных и приобретенных разработок, можно воспользоваться показателем удельного соотношения собственных разработок

в общем числе внедренных разработок. Этот коэффициент рассчитывается по формуле:

$$K_{вс} = P_{в.с.}/P_{в.общ} , \quad (1.3)$$

где $K_{вс}$ – коэффициент применения результатов собственных разработок;
 $P_{в.с.}$ – количество собственных разработок, внедренных на предприятии;
 $P_{в.общ}$ – общее количество внедренных разработок на предприятии в данном периоде, ед.

С помощью показателя $K_{в.с}$ можно судить об уровне и темпах развития исследований на предприятии. Чем ближе данный коэффициент к максимальному его значению - единице, тем выше инновационная активность предприятия. Наоборот, значение коэффициента ниже 0,5 свидетельствует о слабой активности предприятий в разработке и внедрении исследовательских работ.

Вместе с тем, отмечая важность разработки и внедрения собственных инновационных разработок, необходимо подчеркнуть, что для повышения эффективности инновационной деятельности большое значение имеет своевременное выявление и обоснование приобретения и внедрения разработок сторонних организаций.

При комплексной оценке инновационной деятельности предприятия немаловажное значение имеет анализ его технического уровня. К основным показателям оценки технического уровня предприятия можно отнести:

- коэффициент конкурентоспособности продукции предприятия;
- коэффициент обновления продукции;
- коэффициент обновления технологии.

Коэффициент конкурентоспособности может быть определен по следующей формуле:

$$K_{\text{кон}} = \frac{N_{\text{тов}} - N_{\text{ост}}}{N_{\text{тов}}}, \quad (1.4)$$

где $K_{\text{кон}}$ – коэффициент конкурентоспособности продукции предприятия;
 $N_{\text{тов}}$ – объем товарной продукции предприятия, руб.
 $N_{\text{ост}}$ – объем товарной продукции, которая трудно поддается реализации, руб.

Чем ближе $K_{\text{кон}}$ к единице, тем выше конкурентоспособность продукции. Если коэффициент близок к нулю, то это означает, что продукция не конкурентоспособна. Одновременно, чем выше коэффициент конкурентоспособности, тем выше спрос на продукцию и, следовательно, меньше потери от морального и физического старения продукции в пределах ее жизненного цикла.

Коэффициент обновления продукции предлагается определять по формуле:

$$K_{\text{обн.пр}} = \frac{N_{\text{н}}}{N_{\text{тов}}}, \quad (1.5)$$

где $K_{\text{обн.пр}}$ – коэффициент обновления продукции;
 $N_{\text{н}}$ – объем производства новой продукции, руб.

Этот показатель самым тесным образом связан с инновационной деятельностью предприятия. Новая продукция может быть принципиально новой, модернизированной или модифицированной и, следовательно, является результатом научных исследований. К тому же новая продукция, как правило, является конкурентоспособной и легко реализуемой без особых затрат по сбыту. Это ведет к повышению эффективности производства продукции и предприятия в целом.

Внедрение и производство новой конкурентоспособной продукции самым тесным образом связано с обновлением технологических процессов, являющихся самостоятельным направлением инновационной деятельности предприятий.

Оценку технического уровня технологических процессов предприятия можно осуществлять с помощью коэффициента обновления технологии:

$$K_{\text{обн.тех}} = \frac{P_{\text{н.техн}}}{P_{\text{общ.техн}}}, \quad (1.6)$$

где $K_{\text{обн.техн}}$ – коэффициент обновления технологии;

$P_{\text{н.техн}}$ – количество вновь введенных технологических процессов, ед;

$P_{\text{общ.техн}}$ – общее количество технологических процессов, ед.

Показатель $K_{\text{обн.техн}}$ может быть использован для обоснования возможности производства высококачественной, конкурентоспособной продукции на базе передовой техники и технологии.

Учитывая достаточно низкий научно-технический уровень промышленных предприятий, актуальной является проблема интенсификации их инновационной деятельности.

Таким образом, комплексная оценка инновационной деятельности предприятия осуществляется по следующим показателям:

- коэффициенту научного уровня при использовании собственных и приобретенных разработок;
- коэффициенту соотношения собственных и приобретенных разработок;
- коэффициенту конкурентоспособной продукции в общем объеме производимой продукции;
- коэффициенту экономической эффективности и др.

Достижение высокого уровня эффективности производства и инновационной деятельности, в частности, основывается на выявлении и

реализации резервов улучшения указанных и других показателей деятельности предприятий.

2. АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «Химтрансазот»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

Предприятие «Химтрансазот» - это общество с ограниченной ответственностью, основным видом деятельности которого является прочая оптовая и розничная торговля. ООО «Химтрансазот» создано 13 декабря 2005 года. Свою деятельность осуществляет по адресу Воронежская область, город Россошь, ул. Дзержинского, д. 2

ООО «Химтрансазот» находится на общей системе налогообложения. Управление предприятием осуществляет директор – Куцев Евгений Александрович. Форма собственности – частная. В штате предприятия 15 человек:

- 3 бухгалтера;
- 5 менеджеров;
- 1 водитель;
- 1 механик;
- 1 электрик;
- 4 рабочих

ООО «Химтрансазот» согласно договоров поставки работает с поставщиками масел, автокосметики, смазок в основном из г. Воронежа. Также, согласно договоров продажи, осуществляется оптовая торговля покупателям г. Россошь и Россошанского района. Бухгалтерская(финансовая) отчетность и отчет о финансовых результатах сдается в ФНС один раз в год. Налоговые декларации по налогу на прибыль, налоговые декларации по НДС – ежеквартально.

Юридический адрес совпадает с фактическим местонахождением предприятия: Воронежская область, г. Россошь, ул. Дзержинского, 2.

Организационно-экономическая характеристика представлена в Таблице 2.1.

Таблица 2.1

Организационно-экономическая характеристика ООО «Химтрансазот»

Наименование показателя	Код строк	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение (+; -)	Удельный вес %		Отклонение уд. веса %
						2015г.	2016г.	
Выручка от продажи товаров, работ, услуг	2110	-	2905	4972	+2067	100	100	-
Себестоимость продаж	2120	-	2209	4046	+1837	76,04	81,38	+5,34
Валовая прибыль	2100	-	696	926	+230	23,96	18,62	-5,34
Коммерческие расходы	2210	-	656	926	+270	22,58	18,62	-3,96
Прибыль (убыток) от продаж	2200	-	40	-	-40	1,38	-	-1,38
Прочие доходы	2340	-	142	-	-142	4,89	-	-4,89
Прочие расходы	2350	-	181	-	-181	6,23	-	-6,23
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	-	1	-	-1	0,04	-	-0,04
Чистая прибыль	2400	-	1	-	-1	0,04	-	-0,04

Анализ состава, структуры и динамики показателей финансовых результатов ООО «Химтрансазот» показал, что валовая прибыль в 2016 году по сравнению с предыдущим увеличилась на 230 тыс. руб., что оценивается

положительно. Её увеличение произошло за счет увеличения выручки от продаж на 2067 тыс. руб. Рассматривая прибыль от продаж можно увидеть, что в динамике произошло её сокращение на 40 тыс. руб. и она находится в точке безубыточности, что оценивается отрицательно. В 2016 году по сравнению с предыдущим произошло снижение прибыли до налогообложения на 1 тыс. руб., что также оценивается отрицательно. Чистая прибыль в 2016 году по сравнению с 2015 годом также снизилась на 1 тыс. руб., что оценивается отрицательно. Нахождение прибыли от продаж, прибыли до налогообложения и чистой прибыли в точке безубыточности произошло за счет увеличения себестоимости продаж на 1837 тыс. руб. Из этого следует вывод о том, что нужны мероприятия по оздоровлению предприятия, разработки по снижению себестоимости продаж.

Анализируя удельный вес, можно сказать, что доля валовой прибыли в 2016 году по сравнению с прошлым уменьшилась на 5,34%, что оценивается отрицательно. В динамике произошло повышение доли себестоимости от продаж на 5,34%, что оценивается отрицательно. Оценивая коммерческие расходы можно сказать, что в отчетном году по сравнению с прошлым их доля снизилась на 3,96%, что оценивается положительно.

В целом можно сказать, что чистая прибыль в 2016 году по сравнению с прошлым уменьшилась на 1 тыс. руб. и находится в точке безубыточности, что говорит о снижении эффективности инноваций на предприятии и требует проведения мероприятий по оздоровлению ООО «Химтрансазот».

2.2 Анализ хозяйственной деятельности предприятия

Проведем оценку имущественного положения и источников финансирования средств организации на основании Бухгалтерского баланса. Горизонтальный анализ активов организации состоит из абсолютного и относительного отклонения. Абсолютное отклонение рассчитывается по формуле:

$$A_{\text{откл}} = П_{\text{ф}} - П_{\text{п}} , \quad (2.1)$$

где $П_{\text{ф}}$ – фактический показатель за отчетный год;
 $П_{\text{п}}$ – плановый показатель за предыдущий год;
 $A_{\text{откл}}$ – абсолютное отклонение.

Относительное отклонение (темп роста либо снижения) рассчитывается по формуле:

$$T_p = \frac{П_{\text{ф}} - П_{\text{п}}}{П_{\text{п}}} \times 100\% , \quad (2.2)$$

где T_p – относительное отклонение выраженное в процентах;
 $П_{\text{ф}}$ – фактический показатель за отчетный год;
 $П_{\text{п}}$ – плановый показатель за предыдущий год.

Вертикальный анализ активов организации представляет собой отношение статей баланса к валюте баланса и выражается в процентах, а также абсолютное изменение структуры баланса. Отношение статей баланса вычисляется по формуле:

$$\text{Стр}_{\text{б}} = \frac{\text{Ст}_{\text{б}}}{\text{В}_{\text{б}}} \times 100\% , \quad (2.3)$$

где $\text{Стр}_{\text{б}}$ – отношение статей баланса выраженное в процентах;
 $\text{Ст}_{\text{б}}$ – статья баланса;
 $\text{В}_{\text{б}}$ – валюта баланса.

Абсолютное изменение структуры баланса рассчитывается по формуле:

Продолжение табл. 2.2

1.2. Основные средства	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.3. Доходные вложения в материальные ценности	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.4. Финансовые вложения	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.5. Отложенные налоговые активы	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.6. Прочие внеоборотные активы	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. Оборотные активы всего, в том числе:	189	2594	300	-2294	-88,43	100	100	100	-
2.1. Запасы	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.2. НДС по приобретенным ценностям	8	8	8	0	0	4,23	0,31	2,67	+2,36
2.3. Дебиторская задолженность	59	59	59	0	0	31,22	2,28	19,67	+17,39
2.4. Финансовые вложения	-	2346	229	-2117	-90,24	-	90,44	76,33	-14,11
2.5. Денежные средства	-	1	0	-1	-100	-	0,04	-	-0,04
2.6. Прочие оборотные активы	122	180	4	-176	-97,78	64,55	6,94	1,33	-5,61
3. Баланс Итого активов	189	2594	300	-2294	-2,92	100	100	100	-

Анализ оборотных активов показал, что их уменьшение произошло за счет уменьшения финансовых вложений 2117 тыс. руб. или на 90,24%, что оценивается отрицательно. Отрицательно также можно оценить снижение в динамике денежных средств на 1 тыс. руб. или на 100%, т.к. они относятся к наиболее ликвидным активам.

В целом можно сказать, что стоимость имущества в отчетном году по сравнению с прошлым уменьшилась на 2294 тыс. руб., что оценивается отрицательно. Уменьшение стоимости имущества произошло за счет уменьшения оборотных активов на 2294 тыс. руб.; по разделу «Внеоборотные активы» изменений не наблюдалось.

Оценивая структуру активов видно, что в отчетном году по сравнению с предыдущим наибольший удельный вес занимает доля финансовых вложений - 76,33%, в динамике наблюдалось их уменьшение на 14,11%. Наблюдалось также снижение доли прочих оборотных активов в динамике на 5,61% на конец отчетного года она составила 1,33%. А вот доля дебиторской задолженности, по сравнению с предыдущим годом возросла на 17,39% и составила 19,67%. Доля НДС по приобретенным ценностям составила 2,67% и в динамике повысилась на 2,36%.

В целом можно сказать, что имущество организации уменьшилось в большей степени за счет уменьшения финансовых вложений, что оценивается отрицательно.

Горизонтальный анализ пассивов организации состоит из абсолютного и относительного отклонения. Расчеты произведены по формулам (2.1) и (2.2).

Вертикальный анализ пассивов организации представляет собой отношение статей баланса к валюте баланса и выражается в процентах, а также абсолютное изменение структуры баланса. Вычисления произведены по формулам (2.3) и (2.4).

Таблица 2.3

Горизонтальный и вертикальный анализ пассивов организации

Показатель	Остатки по балансу, тыс. руб.				Темп роста (сниже- ния), %	Структура собственного и заемного капитала, %			
	На конец 2013 года	На конец 2014 года	На конец 2015 года	Измен е-ние (+,-)		На конец 2013 года	На конец 2014 года	На конец 2015 года	Измене ние (+,-)
1. Капитал и резервы Всего:	16	16	16	0	0	8,47	0,61	5,33	+4,72
1.1. Уставный капитал	10	10	10	-	-	5,29	0,39	3,33	+2,94
1.2. Собственные акции, выкупленные у акционеров	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.3. Добавочный капитал	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.4. Резервный капитал	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.5. Нераспределен ная прибыль (непокрытый убыток)	6	6	6	-	-	3,17	0,23	2	+1,77
2. Долгосрочные обязательства	0	2346	0	-2346	100	0	90,44	0	-90,44

Продолжение табл. 2.3

3. Краткосрочные обязательства	173	232	284	+52	+22,4	91,53	8,94	94,66	+85,72
3.1. Заемные средства	138	205	252	+47	+22,9	73,02	7,9	84	+76,1
3.2. Кредиторская задолженность	35	27	32	+5	+18,5	18,52	1,04	10,66	+9,62
3.3. Доходы будущих периодов	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.4. Оценочные обязательства	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.5. Прочие обязательства	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. Итого заемных средств (п.2 + п.3)	173	2578	284	-2294	-88,9	91,53	99,27	94,66	-4,61
3. Баланс Итого пассивов (п1+п2+ п.3)	189	2594	300	-2294	-88,4	100	100	100	-

Горизонтальный анализ пассивов организации показал, что стоимость источников формирования имущества в отчетном году по сравнению с прошлым увеличилась на 2294 тыс. руб., что оценивается отрицательно. Уменьшение источников формирования имущества произошло за счет уменьшения долгосрочных обязательств на 2346 тыс. руб. и уменьшения заемных средств на 2294 тыс. руб.

Увеличение собственного капитала не произошло, т.к. нераспределенная прибыль осталась на прежнем уровне. Собственный капитал организации оценивается нейтрально.

Оценивая заемные средства можно сказать, что уменьшение произошло за счет уменьшения кредитов и займов на 2294 тыс. руб. или на 11,1% .

Положительно можно оценить снижение в динамике долгосрочных обязательств на 2346 тыс. руб. или на 100% , а отрицательно повышение кредиторской задолженности на 5 тыс. руб. или на 18,5%.

Структура собственного капитала и заемных средств распределилась следующим образом: так наибольший удельный вес в структуре занимает доля заемных средств, в динамике она снизилась на 4,61% и на конец отчетного периода составила 94,66%. На долю собственного капитала на конец 2015 года приходится 5,33%, доля собственного капитала в динамике увеличилась на 4,72%.

Оценивая структуру собственного капитала видно, что значительная доля принадлежит уставному капиталу – 3,33%, в динамике наблюдается его увеличение на 2,94%.

Оценивая структуру заемных средств видно, что значительная доля принадлежит займам и кредитам – 84% , в динамике наблюдается её увеличение на 76,1%. Также произошло увеличение в динамике доли кредиторской задолженности на 9,62% и на конец 2015 года она составила 10,66%. Доля долгосрочных обязательств в отчетном году по сравнению с прошлым снизилась на 90,44% и на конец отчетного года составила 0%.

В целом можно сказать, что увеличение источников формирования имущества произошло в большей степени за счет увеличения заемных средств, что оценивается отрицательно.

Сделаем анализ ликвидности баланса, платежеспособности и кредитоспособности организации. Активы баланса подразделяют на 4 группы. Наиболее ликвидные активы вычисляются по следующей формуле:

$$A_1 = \text{стр. 1250} + \text{стр. 1240}, \quad (2.5)$$

где A_1 – наиболее ликвидные активы;
 стр. 1250 – денежные средства и денежные эквиваленты;
 стр. 1240 – финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов).

Быстро реализуемые активы вычисляют по формуле:

$$A_2 = \text{стр. 1230}, \quad (2.6)$$

где A_2 – быстро реализуемые активы;
 стр. 1230 – дебиторская задолженность.

Медленно реализуемые активы находят следующим образом:

$$A_3 = \text{стр. 1210} + \text{стр. 1220} + \text{стр. 1260}, \quad (2.7)$$

где A_3 – медленно реализуемые активы;
 стр. 1210 – запасы;
 стр. 1220 – налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям;
 стр. 1260 – прочие оборотные активы.

Трудно реализуемые активы рассчитывают по формуле:

$$A_4 = \text{стр. 1100}, \quad (2.8)$$

где A_4 – трудно реализуемые активы;
стр. 1100 - внеоборотные активы (всего).

Пассивы баланса также делят на 4 группы. Наиболее срочные обязательства вычисляют по формуле:

$$П_1 = \text{стр. 1520}, \quad (2.9)$$

где $П_1$ – наиболее срочные обязательства;
стр. 1520 – кредиторская задолженность.

Краткосрочные пассивы рассчитывают по формуле:

$$П_2 = \text{стр. 1510} + \text{стр. 1540} + \text{стр. 1550}, \quad (2.10)$$

где $П_2$ – краткосрочные пассивы;
стр. 1510 – заемные средства;
стр. 1540 – оценочные обязательства;
стр. 1550 – прочие обязательства.

Долгосрочные пассивы выводят по следующей формуле:

$$П_3 = \text{стр. 1400}, \quad (2.11)$$

где $П_3$ – долгосрочные пассивы;
стр. 1400 – долгосрочные обязательства (всего).

Постоянные пассивы вычисляют по формуле:

$$П_4 = \text{стр. 1300} + \text{стр. 1530}, \quad (2.12)$$

где $П_4$ – постоянные пассивы;

стр. 1300 – итого по разделу капитал и резервы;

стр. 1530 – доходы будущих периодов.

Платежный излишек или недостаток высчитывается как разница между активом и пассивом в пределах одной группы и вычисляется по формуле:

$$Пл_{откл.} = A_n - П_n, \quad (2.13)$$

где $Пл_{откл.}$ – разница между активом и пассивом;

A – актив;

$П$ – пассив;

n – номер группы.

Произведенные расчеты представим в таблице 2.4.

Таблица 2.4

Анализ ликвидности баланса

Актив	На конец 2013 года	На конец 2014 года	На конец 2015 года	Пассив	На конец 2013 года	На конец 2014 года	На конец 2015 года	Платежный излишек или недостаток		
								На конец 2013 года	На конец 2014 года	На конец 2015 года
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Наиболее ликвидные активы A_1	0	2347	229	1. Наиболее срочные обязательст ва $П_1$	35	27	32	-35	+2320	+197
2. Быстро реализуе мые активы A_2	59	59	59	2. Краткосроч ные пассивы $П_2$	138	205	252	-79	-146	-193

Окончание табл. 2.4

3. Медленно реализуемые активы А ₃	130	188	12	3. Долгосрочные пассивы П ₃	0	2346	0	130	-2158	+12
4. Трудно реализуемые активы А ₄	-	-	-	4. Постоянные пассивы П ₄	16	16	16	-16	-16	-16
БАЛАНС	189	2594	300	БАЛАНС	189	2594	300	-	-	-

Анализируя ликвидность баланса ООО «Химтрансзот» за 2013 - 2015 годы можно сказать, что сопоставление групп по активу и пассиву за 2013 год имеет вид:

$A_1 < P_1$, $A_2 < P_2$, $A_3 > P_3$, $A_4 < P_4$ – эта группа неравенств означает, что в будущем при своевременном поступлении денежных средств от продаж и платежей организация может быть платежеспособной на период, равный средней продолжительности одного оборота оборотных средств после даты составления баланса.

В 2014 году сопоставление по группам выглядит следующим образом:

$A_1 > P_1$, $A_2 < P_2$, $A_3 < P_3$, $A_4 < P_4$ - У организации достаточно ресурсов для покрытия наиболее срочных обязательств абсолютно и наиболее ликвидных активов, соблюдаются минимальные условия финансовой устойчивости организации, имеются в наличии собственные оборотные средства. Можно сказать что баланс в 2014 году признается менее ликвидным.

В 2015 году сопоставление по группам имеет вид:

$A_1 > P_1$, $A_2 < P_2$, $A_3 > P_3$, $A_4 < P_4$ - У организации достаточно для покрытия наиболее срочных обязательств абсолютно и наиболее ликвидных активов, а также в будущем при своевременном поступлении денежных средств от продаж и платежей она может быть платежеспособной на период, равный средней продолжительности одного оборота оборотных средств после даты

составления баланса. Можно сказать, что в 2015 году баланс предприятия признается более ликвидным.

В 2015 году при сравнении групп А1 и П1 образовался платежный излишек наиболее ликвидных активов для погашения наиболее срочных обязательств на сумму 197 тыс. руб. Следовательно, у предприятия хватает денежных средств, чтобы расплатиться со своими кредиторами.

Сравнивая группы А2 и П2 видно, что у фирмы образовался платежный недостаток быстро реализуемых активов в размере 193 тыс. руб. Следовательно, у организации недостаточно средств в расчетах для погашения краткосрочных кредитов и займов.

Сравнивая группы А3 и П3 видно, что у фирмы образовался платежный излишек медленно реализуемых активов в размере 12 тыс. руб. Следовательно, у фирмы достаточно средств в расчетах для погашения долгосрочных кредитов и займов.

Четвертое неравенство соблюдается $A4 < П4$, это значит у предприятия достаточно собственных оборотных средств, которые можно было бы направить на формирование оборотных активов.

В целом, предприятие в 2015 году имеет достаточно ликвидный баланс, но требуются мероприятия по улучшению погашения краткосрочных кредитов и займов.

Рассчитаем коэффициенты платежеспособности. Общий показатель ликвидности рассчитывается по формуле:

$$Л_1 = \frac{A_1 + 0,5A_2 + 0,3A_3}{П_1 + 0,5П_2 + 0,3П_3}, \quad (2.14)$$

где $Л_1$ – общий показатель ликвидности;

A_1 – наиболее ликвидные активы;

A_2 – быстро реализуемые активы;

A_3 – медленно реализуемые активы;

Π_1 – наиболее срочные обязательства;

Π_2 – краткосрочные пассивы;

Π_3 – долгосрочные пассивы.

Коэффициент абсолютной ликвидности вычисляют по формуле:

$$L_2 = \frac{A_1}{\Pi_1 + \Pi_2}, \quad (2.15)$$

где L_2 – коэффициент общей ликвидности;

A_1 – наиболее ликвидные активы;

Π_1 – наиболее срочные обязательства;

Π_2 – краткосрочные пассивы.

Коэффициент «критической оценки» или коэффициент быстрой ликвидности вычисляется по формуле:

$$L_3 = \frac{A_1 + A_2}{\Pi_1 + \Pi_2}, \quad (2.16)$$

где L_3 – коэффициент быстрой ликвидности;

A_1 – наиболее ликвидные активы;

A_2 – быстро реализуемые активы;

Π_1 – наиболее срочные обязательства;

Π_2 – краткосрочные пассивы.

Коэффициент текущей ликвидности вычисляется по формуле:

$$L_4 = \frac{A_1 + A_2 + A_3}{\Pi_1 + \Pi_2}, \quad (2.17)$$

где L_4 – коэффициент текущей ликвидности;

A_1 – наиболее ликвидные активы;

A_2 – быстро реализуемые активы;

A_3 – медленно реализуемые активы;

Π_1 – наиболее срочные обязательства;

Π_2 – краткосрочные пассивы.

Коэффициент манёвренности функционирующего капитала рассчитывается по формуле:

$$L_5 = \frac{A_3}{(A_1 + A_2 + A_3) - (\Pi_1 + \Pi_2)}, \quad (2.18)$$

где L_5 – коэффициент манёвренности функционирующего капитала;

A_3 – медленно реализуемые активы;

A_1 – наиболее ликвидные активы;

A_2 – быстро реализуемые активы;

Π_1 – наиболее срочные обязательства;

Π_2 – краткосрочные пассивы.

Доля оборотных средств в активах рассчитывается по формуле:

$$L_6 = \frac{A_1 + A_2 + A_3}{B}, \quad (2.19)$$

где L_6 - доля оборотных средств в активах;

A_1 – наиболее ликвидные активы;

A_2 – быстро реализуемые активы;

A_3 – медленно реализуемые активы;

B – валюта баланса.

Коэффициент обеспеченности собственными средствами вычисляется по формуле:

$$Л_7 = \frac{П_4 - А_4}{А_1 + А_2 + А_3}, \quad (2.20)$$

где $Л_7$ – коэффициент обеспеченности собственными средствами;

$П_4$ – постоянные пассивы;

$А_4$ – трудно реализуемые активы;

$А_1$ – наиболее ликвидные активы;

$А_2$ – быстро реализуемые активы;

$А_3$ – медленно реализуемые активы.

Коэффициент восстановления платежеспособности находят по формуле:

$$Л_8 = \frac{Л_{4ф} + \frac{6}{Т}(Л_{4ф} - Л_{4н})}{Л_{4норм}}, \quad (2.21)$$

где $Л_8$ – коэффициент восстановления платежеспособности;

$Л_{4ф}$ – фактическое значение (в конце отчетного периода) коэффициента текущей ликвидности ($Л_4$);

$Л_{4н}$ – значение коэффициента текущей ликвидности в предыдущем году;

$Л_{4норм}$ – нормативное значение коэффициента текущей ликвидности, $Л_{4норм} = 2$;

6 – период восстановления платежеспособности в месяцах;

Т – отчетный период в месяцах.

Коэффициент утраты платежеспособности организации вычисляется по формуле:

$$Л_9 = \frac{Л_{4ф} + \frac{3}{Т}(Л_{4ф} - Л_{4н})}{Л_{4норм}}, \quad (2.22)$$

где L_9 – коэффициент утраты платежеспособности организации;

$L_{4ф}$ – фактическое значение (в конце отчетного периода)

коэффициента текущей ликвидности (L_4);

$L_{4н}$ – значение коэффициента текущей ликвидности в предыдущем году;

$L_{4норм}$ – нормативное значение коэффициента текущей ликвидности,

$L_{4норм} = 2$;

3 – период утраты платежеспособности предприятия в месяцах;

T – отчетный период в месяцах.

Абсолютное отклонение коэффициентов платежеспособности рассчитаем по формуле (2.1).

Произведенные расчеты представим в таблице 2.5.

Таблица 2.5

Коэффициенты, характеризующие платежеспособность

Коэффициенты платежеспособности	На конец 2013 года	На конец 2014 года	На конец 2015 года	Отклонение, (+,-)
1	2	3	4	5
L_1 – общий показатель ликвидности	0,659	2,920	1,659	-1,261
L_2 – коэффициент абсолютной ликвидности	0	10,116	0,806	-9,31
L_3 – коэффициент «критической оценки»	0,341	10,371	1,014	-9,357
L_4 – коэффициент текущей ликвидности	1,092	11,181	1,056	-10,125
L_5 – коэффициент манёвренности функционирующего капитала	8,125	0,080	0,75	+0,67
L_6 – доля оборотных средств в активах	1	1	1	0

Окончание табл. 2.5

L_7 – коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,085	0,006	0,053	+0,047
L_8 – коэффициент восстановления платежеспособности	0,319	7,885	0,292	-7,593
L_9 – коэффициент утраты платежеспособности организации	0,865	6,738	0,41	-6,328

Анализ коэффициентов платежеспособности показал, что общий показатель ликвидности в отчетном году составил 1,659 пункта, что соответствует нормативному показателю. По нормативным значениям общая ликвидность предприятия должна быть больше 1. Однако в динамике наблюдается снижение показателя на 1,261 пункта по сравнению с предыдущим годом.

Коэффициент абсолютной ликвидности показал, что в отчетном году 0,806 краткосрочной задолженности предприятие может погасить в ближайшее время за счет денежных средств. В динамике наблюдается снижение данного показателя на 9,31, что оценивается положительно, так как это свидетельствует о рациональном использовании денежных средств, которые участвуют в производственно-экономическом процессе.

Коэффициент «критической оценки» показывает, что в отчетном году 1,014 краткосрочных обязательств предприятия не может быть немедленно погашено за счет средств на различных счетах, так как нормативное значение для этого коэффициента 1,5, наблюдается снижение в динамике коэффициента «критической оценки» на 9,357 пункта, что оценивается отрицательно.

Коэффициент текущей ликвидности показывает, что 1,056 текущих обязательств по кредитам и расчетам можно погасить, мобилизовав все оборотные активы. Показатель находится в пределах нормальных ограничений, что оценивается положительно. Коэффициент текущей ликвидности в отчетном

году по сравнению с прошлым уменьшился на 10,125 пункта, что говорит о рациональном использовании финансовых ресурсов.

Коэффициент манёвренности функционирующего капитала, который показывает какая часть функционирующего капитала обездвижена в производственных запасах и долгосрочной дебиторской задолженности, в отчетном году составляет 0,75 пункта, в динамике наблюдается его увеличение на 0,67, что оценивается отрицательно.

Доля оборотных средств в активах в динамике не увеличилась и на конец отчетного года составила 100%.

Коэффициент обеспеченности собственными средствами свидетельствует о том, что у фирмы не значительно имеются в наличии собственные оборотные средства, необходимые для его финансовой устойчивости. На конец 2015 года коэффициент обеспеченности собственными средствами составил 0,053, что ниже нормативного значения 0,1 пункта и оценивается отрицательно, однако в динамике мы видим увеличение на 0,047, нужны мероприятия по увеличению финансовой устойчивости предприятия.

В целом, ООО «Химтрансзот» на конец отчетного периода является платежеспособной, но нужны мероприятия по улучшению платежеспособности.

Рассчитаем абсолютные и относительные показатели рыночной устойчивости организации. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств вычисляется по формуле:

$$U_1 = \frac{\text{стр.1400} + \text{стр.1500}}{\text{стр.1300}}, \quad (2.23)$$

где U_1 – коэффициент соотношения заемных и собственных средств;
 стр. 1400 – долгосрочные обязательства (всего);
 стр. 1500 – краткосрочные обязательства (всего);

стр. 1300 – капитал и резервы (всего).

Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования находят по формуле:

$$Y_2 = \frac{\text{стр.1300} - \text{стр.1100}}{\text{стр.1200}}, \quad (2.24)$$

где Y_2 – коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования;

стр. 1300 – капитал и резервы (всего);

стр. 1100 – внеоборотные активы (всего);

стр. 1200 – оборотные активы (всего).

Коэффициент финансовой независимости рассчитывается по формуле:

$$Y_3 = \frac{\text{стр.1300}}{\text{стр.1700}}, \quad (2.25)$$

где Y_3 – коэффициент финансовой независимости;

стр. 1300 – капитал и резервы (всего);

стр. 1700 – баланс.

Коэффициент финансирования вычисляется по формуле:

$$Y_4 = \frac{\text{стр.1300}}{\text{стр.1400} + \text{стр.1500}}, \quad (2.26)$$

где Y_4 – коэффициент финансирования;

стр. 1300 – капитал и резервы (всего);

стр. 1400 – долгосрочные обязательства (всего);

стр. 1500 – краткосрочные обязательства (всего).

Коэффициент финансовой устойчивости находят по формуле:

$$Y_5 = \frac{\text{стр.1300} + \text{стр.1400}}{\text{стр.1600}}, \quad (2.27)$$

где Y_5 – коэффициент финансовой устойчивости;

стр. 1300 – капитал и резервы (всего);

стр. 1400 – долгосрочные обязательства (всего);

стр. 1600 – баланс.

Коэффициент финансовой независимости в фактическом формировании запасов вычисляют по формуле:

$$Y_6 = \frac{\text{стр.1300} - \text{стр.1100}}{\text{стр.1210} + \text{стр.1220}}, \quad (2.28)$$

где Y_6 – коэффициент финансовой независимости в фактическом формировании запасов;

стр. 1300 – капитал и резервы (всего);

стр. 1100 – внеоборотные активы (всего);

стр. 1210 – запасы;

стр. 1220 – налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям.

Абсолютное отклонение показателей рыночной устойчивости рассчитаем по формуле (2.1). Выполненные расчеты представим в таблице 2.6.

Таблица 2.6

Показатели рыночной устойчивости

Коэффициенты рыночной устойчивости	На конец 2013 года	На конец 2014 года	На конец 2015 года	Отклонение, (+,-)
1	3	4	5	6
U_1 – коэффициент соотношения заемных и собственных средств	10,813	161,125	17,75	-143,375
U_2 – коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования	0,085	0,006	0,053	+0,047
U_3 – коэффициент финансовой независимости	0,085	0,006	0,053	+0,047
U_4 – коэффициент финансирования	0,092	0,006	0,056	+0,050
U_5 – коэффициент финансовой устойчивости	0,085	0,910	0,053	-0,857
U_6 – коэффициент финансовой независимости в фактическом формировании запасов	2	2	2	0

Коэффициент U_1 в отчетном году составил 17,75, то есть больше 1, что свидетельствует о преобладании заемных средств над собственными и служит признаком наличия риска банкротства.

Коэффициент U_2 в 2015 году составил 0,053, что ниже нормы которая варьируется от 0,6 до 0,8. Данный показатель намного ниже нормальных ограничений и находится в критической точке финансового состояния.

Коэффициент U_3 – один из главных показателей в системе финансовой устойчивости, критическая точка для него 0,5. Значение коэффициента финансовой независимости в отчетном году составило 0,053, что ниже

критической точки и свидетельствует о неблагоприятной финансовой ситуации. Возможен прирост активов приобретенных в долг.

Коэффициент финансирования $У_4$ ниже единицы и показывает, что большая часть имущества организации сформирована из заемных средств.

Коэффициент финансовой устойчивости $У_5$ в 2015 году составил 0,053 пункта, что ниже рекомендуемого значения 0,8 и зависит от внешних источников финансирования. Велик риск хронической неплатежеспособности.

Коэффициент финансовой независимости $У_6$ должен изменяться в пределах 0.6 – 0.8, т.е. 60-80% запасов компании должны формироваться из собственных источников. Рост его положительно сказывается на финансовой устойчивости компании. В отчетном году коэффициент равен 2.

Сделаем анализ состава, структуры и динамики показателей финансовых результатов организации. Вычисления произведены по формулам (2.1), (2.2), и (2.4). Расчеты представим в таблице 2.7.

Таблица 2.7

Анализ состава, структуры и динамики показателей финансовых результатов организации

Наименование показателя	Код строк	Прош- лый год	Отчет- ный год	Абсолют- ное отклоне ние (+; -)	Удельный вес %		Отклоне- ние уд.веса %
					Прошлый год	Отчетный год	
1	2	3	4	5	6	7	8
Выручка от продажи товаров, работ, услуг	2110	-	2905	+2905	-	100	-
Себестоимость продаж	2120	-	2209	+2209	-	76	+76

Продолжение табл. 2.7

Валовая прибыль	2100	-	696	+696	-	23,96	+23,96
Коммерческие расходы	2210	-	656	+656	-	22,58	+22,58
Управленческие расходы	2220	-	-	-	-	-	-
Прибыль (убыток) от продаж	2200	-	40	+40	-	1,38	+1,38
Доходы от участия в других организациях	2310	-	-	-	-	-	-
Проценты к получению	2320	-	-	-	-	-	-
Проценты к уплате	2330	-	-	-	-	-	-
Прочие доходы	2340	-	142	+142	-	4,89	+4,89
Прочие расходы	2350	-	181	+181	-	6,23	+6,23
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	0	1	+1	0	0,04	+0,04
Текущий налог на прибыль	2410	-	-	-	-	-	-
Чистая прибыль	2400	0	1	+1	0	0,04	+0,04

Анализ состава, структуры и динамики показателей финансовых результатов ООО «Химтрансазот» показал, что валовая прибыль в отчетном году по сравнению с предыдущим увеличилась на 696 тыс. руб., что оценивается положительно. Её увеличение произошло за счет увеличения выручки от продаж на 2905 тыс. руб. Рассматривая прибыль от продаж можно увидеть, что в динамике произошло её увеличение на 2905 тыс. руб., что оценивается положительно. В отчетном году по сравнению с прошлым произошло повышение прибыли до налогообложения на 1 тыс. руб., что оценивается положительно. Чистая прибыль в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличилась на 1 тыс. руб., что оценивается положительно.

Анализируя удельный вес, можно сказать, что доля валовой прибыли в отчетном году по сравнению с прошлым увеличилась на 23,96%, что оценивается положительно. В динамике произошло повышение доли прибыли от продаж на 1,38%, что оценивается положительно. Оценивая прибыль до налогообложения можно сказать, что в отчетном году по сравнению с прошлым её доля повысилась на 0,04%, что оценивается положительно. Доля чистой прибыли в динамике также увеличилась на 0,04%, что оценивается положительно.

В целом можно сказать, что чистая прибыль в отчетном году по сравнению с прошлым возросла на 1 тыс. руб., что говорит о повышении доходности ООО «Химтрансазот».

2.3 Повышение эффективности инновационной деятельности торгового предприятия

На предприятии ООО «Химтрансазот» на 2016 год наблюдается снижение эффективности инновационной деятельности. Это связано с нахождением прибыли от продаж, прибыли до налогообложения и чистой прибыли в точке безубыточности из-за увеличения в динамике себестоимости продаж на 1837 тыс. руб. Из этого следует вывод о том, что нужны

мероприятия по оздоровлению предприятия, разработки по снижению себестоимости продаж.

Мы провели исследования в области поставщиков автохимии и нашли способ как снизить себестоимость продаж. Было принято решение разработать систему сотрудничества с группой компаний «ХимRussia». Почему выгодно сотрудничать с ГК «ХимRussia»? Ответ на этот вопрос на рис. 2.1.

«ХимRussia» – единственная в России компания, которая совмещает производственную, научно-исследовательскую и франчайзинговую деятельность. Главный офис находится по адресу: ул. Баумана 62/9, город Казань, Республика Татарстан.

ГК «ХимRussia» отличается от всех компаний. Во время кризиса в 2008 году многие сворачивали производства – они только открылись. Крупные компании снижали объёмы производства – они увеличивали. Многие производственные предприятия сокращали штат – они набирали персонал. Из-за роста курса доллара цены на товары выросли в разы – они не поменяли стоимость на их продукцию.

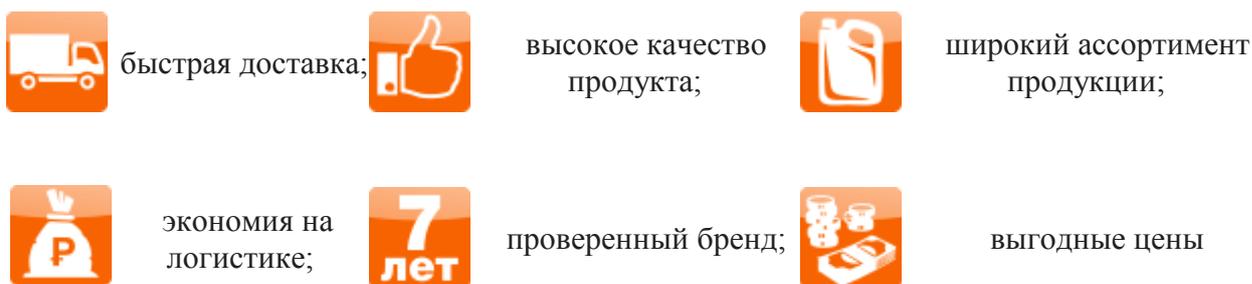


Рис. 2.1. Почему выгодно сотрудничать с ГК «ХимRussia»

Качественно не значит дорого - утверждает компания «ХимRussia». Благодаря непрерывной работе над улучшением рецептур, масштабной модернизации и обновлению оборудования, усилению контроля качества входящего сырья и грамотной логистике, мы можем выпускать продукт,

конкурирующий с импортными аналогами по качеству, но более доступный по цене. Маркетинговый анализ, проведенный специалистами компании, показывает, что в некоторых регионах продукция «Cobra®» самая выгодная по стоимости. Также «ХимRussia» предоставляет клиентам возможность выбора: на сегодняшний день компания выпускает более 135 видов химической продукции. Еще одним немаловажным фактором является широкая сфера применения продукции «Cobra®» (Рис. 2.2)



Рис. 2.2. Сферы применения продукции «Cobra®»

ГК «ХимRussia» дорожит своей репутацией, поэтому тщательно следит за качеством выпускаемой продукции и поступаемого сырья. Все рецептуры, по которым производится продукция, разрабатываются в собственной современной лаборатории. При возникновении необходимости проведения более сложных исследований, неоценимую помощь компании оказывают научные работники Казанского химико-технологического университета

(КНИТУ-КХТИ). Благодаря их совместной плодотворной работе, «ХимRussia» каждый год радует своих покупателей новинками продукции.

Своим 8- летним опытом «ХимRussia» делится с начинающими предпринимателями. Франчайзинговая сеть компании объединяет активных бизнесменов из России, Казахстана и Грузии. Открывая производства в регионах, мы, во-первых, обеспечиваем рабочие места, во-вторых, предоставляем потребителям продукцию по выгодной цене. ХимRussia – производственная компания, которая выводит российское производство на международный уровень. Нужно также немного рассказать об истории развития компании. (Рис. 2.3)

Важные даты в истории ХимRussia



Рис. 2.3. История развития компании «ХимRussia»

Ещё одним из вариантов сотрудничества в перспективе с ГК «ХимRussia» является приобретение пакета франшизы «Тосолы и антифризы» так как это изрядно сократит логистические издержки до минимума, появится возможность

получать продукцию «на местах». Это актуально еще по одной причине, так как тарифная ставка за 1 пройденный километр в системе «Платон»(система взимания платы с грузовиков общей массой свыше 12 тонн) будет расти, соответственно резко повысятся расходы на логистику.

Стоимость данной франшизы составит 1200 тыс. рублей. Однако ГК «ХимRussia» заверяет, что срок окупаемости до 3 месяцев, а выручка за год составит около 5200 тыс. руб - обуславливая это тем, что вместе с ростом российского автопарка спрос на охлаждающие жидкости нового уровня также увеличивается (особенно в зимний период).

В данный пакет франшизы входят (Рис 2.4):

- готовая разрешительная документация для производства и реализации;
- сырьевые компоненты, тара, этикетки и оборудование;
- специалисты компании проведут монтажные и пуско-наладочные работы;
- химические рецептуры;
- обучение, поддержка и продвижение;
- необходимое лабораторное оборудование, для контроля качества сырья и готового продукта.

Условия франшизы:

Вступительный взнос 30 000 руб. Роялти 15 000 руб. Иные текущие платежи отсутствуют. Франшиза предприятия автохимии от ХимRussia соответствует принципу продажи «бизнеса под ключ». С момента оплаты до момента выхода первой партии готового продукта требуется максимум 30 календарных дней. Франчайзи сможет производить продукцию с дальнейшей её реализацией оптом и в розницу со средней рыночной маржинальностью от 80 до 140% в зависимости от продукта и типа продаж.

ЧТО ВХОДИТ В ПАКЕТ ФРАНШИЗЫ:

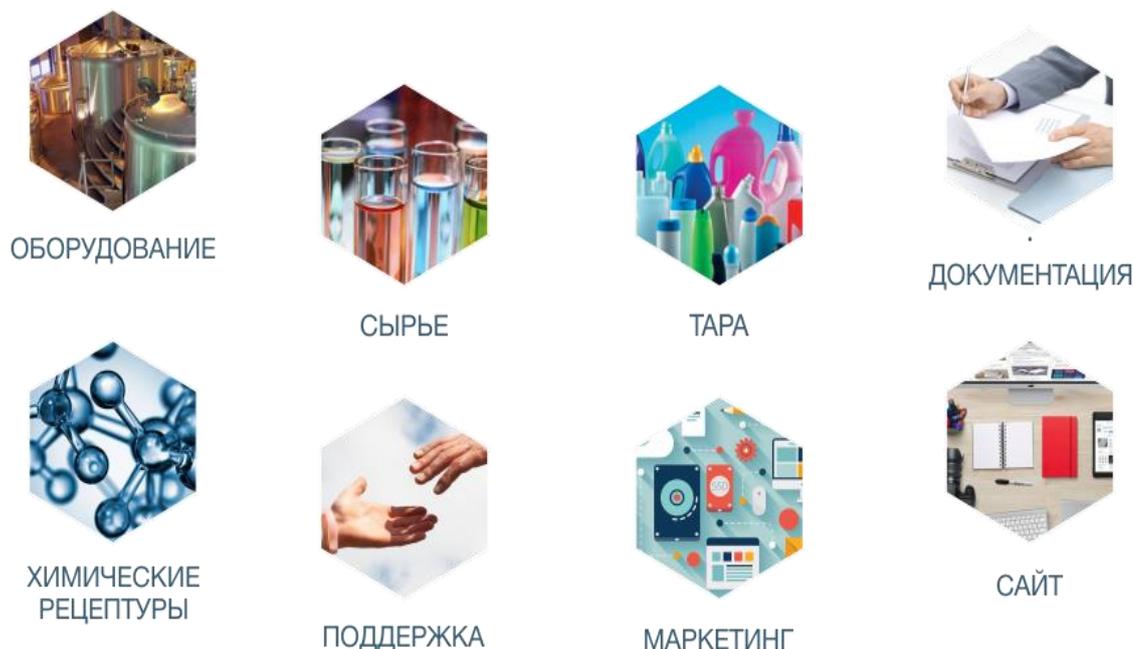


Рис. 2.4. Содержание пакета франшизы

Таким образом, сотрудничество с группой компаний «ХимRussia» позволит сократить издержки в себестоимости продаж, снизить логистические издержки, а также будет способствовать обновлению товара и повышению конкурентоспособности на рынке в данной сфере торговли.

Также, исходя из проведенного нами анализа показателей рыночной устойчивости, который показал, что заемные средства преобладают над собственными и возможен прирост активов в долг, мы предлагаем ООО «Химтрансазот» получение льготного кредитования и налоговых льгот. В ходе исследования этого вопроса выяснилось, что на данный момент предприятие имеет возможность воспользоваться данным предложением и получить реальные финансовые льготы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ существующих научных трудов по проблемам инновационной деятельности позволил обобщить различные взгляды ученых, а также их подходы к вопросам повышения эффективности инновационной деятельности.

Проведение целенаправленной работы по повышению эффективности инновационной деятельности невозможны без соответствующей методологической базы, которая является основополагающей ступенью для постановки и решения вопросов, связанных с инновационной сферой торговых предприятий.

В условиях экономического кризиса, когда финансовые ресурсы предприятий ограничены, первоочередное значение приобретает планомерная работа по всестороннему выявлению и использованию резервов. В этой связи необходимо отметить, что резервы инновационной деятельности представляют собой важнейший элемент системы внутрипроизводственных резервов предприятия. Источником их образования является постоянно изменяющееся соотношение затрат ресурсов и времени на стадиях инновационного процесса в ходе реализации различных инноваций.

Многообразие инноваций обуславливает необходимость проведения определенной классификационной работы. В этой связи были рассмотрены существующие в научной литературе подходы к классификации инноваций, на основе их анализа разработан собственный классификатор, который позволяет вести целенаправленную работу по разработке и освоению нововведений, выявлять их сильные и слабые стороны, отбирать наиболее эффективные варианты возможных решений.

Объектом исследования в выпускной квалификационной работе выступило предприятие ООО «Химтрансзот». Так как успех любой торговой фирмы определяется не столько масштабами реализации, сколько способностью к обновлению номенклатуры товаров в соответствии с состоянием рынка и поведением конкурентов, то перед организацией стал

вопрос о системе сотрудничества с наиболее выгодным поставщиком – ГК «ХимRussia».

Предметом исследования данной выпускной квалификационной работы является методология оценки и пути совершенствования управления ООО «Химтрансазот» в рыночной среде на основе инновационной деятельности.

В ходе написания выпускной квалификационной работы был проведен анализ хозяйственной деятельности ООО «Химтрансазот» и было выявлено, что бизнес-процессы организованы не достаточно эффективно и требуют оптимизации. Для решения этой проблемы было предложено внедрение системы сотрудничества с группой компаний «ХимRussia».

В целом можно сказать, что предприятие ООО «Химтрансазот» находится в критической точке финансового состояния, что свидетельствует о снижении эффективности инноваций на предприятии. Мы разработали и предложили ряд мер по оздоровлению предприятия и повышению эффективности инноваций на предприятии. Данные разработки находятся в стадии внедрения.

Список литературы

1. Кораблева О. Н. Расширение применения финансово-технологических инноваций в экономических процессах / О. Н. Кораблева, Е. А. Воронцова, Е. Г. Мелешенко // Креативная экономика. - 2017. - № 2. – С. 169-180
2. Самолдин А. Н. Информационно-аналитическое обеспечение управления маркетингом инноваций / А. Самолдин // РИСК (Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция). - 2017. - № 1. – С. 267-270
3. Беляев Ю. М. Инновационный менеджмент: Учебник для бакалавров / Ю.М. Беляев. - М.: Дашков и К, 2016. - 220 с.
4. Беляев А. А. Антикризисное управление / А. А. Беляев – М. : ЮНИТИ, 2013. – 311 с.
5. Румянцева Т. В. Основные аспекты совершенствования деятельности предприятий /Румянцева Т. В.// Современные аспекты экономики. 2015. № 2 - С.44-48 – 210 с.
6. Шустов А. А. Инновационная политика предприятия и ее влияние на конкурентоспособность продукции / А. А. Шустов // Молодой ученый.- 2013.- № 9.- 275-282 с.
7. Варламов М. Г. Правовое обеспечение инновационной деятельности: учебное пособие / Варламов М. Г.// Издательство: КНИТУ, 2014. - 441 с.
8. Иващенко Н. П. Экономика инноваций: курс лекций /Иващенко Н. П., Энговатова А. А., Шахова М. С., Антропов М. С., Коростылева И. И.// – Макс Пресс, 2014. – 351 с.
9. Абдукаримов И. Т. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций (анализ деловой активности): Учебное пособие / И.Т. Абдукаримов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 320 с.

10. Косолапова М. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник / М.В. Косолапова, В.А. Свободин. - М.: Дашков и К, 2016. - 248 с.
11. Жулина Е. Г. Анализ финансовой отчетности: Учебное пособие / Е.Г. Жулина, Н.А. Иванова. - М.: Дашков и К, 2013. - 272 с.
12. Маркарьян Э.А. Практикум по анализу финансовой отчетности / Э.А. Маркарьян, Г.П. Герасименко. - М.: КноРус, 2013. - 232 с.
13. Веретенникова И. И. Экономика организации (предприятия): Учебное пособие для бакалавров / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова; Под ред. И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2013. - 671 с.
14. Мокий М. С. Экономика организации: Учебник и практикум. / М.С. Мокий. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 334 с.
15. Ерохина Л. И. Экономика предприятия (в сфере товарного обращения) : учебник / Л.И. Ерохина, Е.В. Башмачникова, Т.И. Марченко. — М. : КНОРУС, 2016. – 298 с.
16. Иванов Г. Г., Холин Е. С. Коммерческая деятельность: учебник/М.:ИД «Форум»: ИНФРА-М, 2014. – 384 с.
17. Иванов Г.Г., Никишин А.Ф., Шипилова С.С. Оптовая торговля : учебное пособие / Г.Г. Иванов, А.Ф. Никишин, С.С. Шипилова. - М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2016. – 96 с.
18. Чкалова О. В. Торговое дело. Организация, технология и проектирование торговых предприятий/ Чкалова О. В./ - М.: ФОРУМ, ИНФРА-М, 2016.- 384 с.
19. Современные тренды инновационного развития экономики: Коллективная монография/ Я.В. Коженко, А.В. Катаев, Т.М. Катаева, Н.В. Лихолетова, Е.Л. Макарова, Л.В. Шаронина; Под ред. Я.В. Коженко. - Уфа: «ОМЕГА САЙНС», 2016. - 108 с.
20. Инновационная деятельность предприятия: Учебник / А.Ф. Наумов, А.А. Захарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 256 с.