Уральский социально – экономический институт

Академии труда и социальных отношений

**Контрольная работа**

**По дисциплине: Инновационный менеджмент**

**Тема: Источники и формы финансирования**

**инноваций**

Выполнил студент

5 курса

Саутин Андрей

Алексеевич

МЗ 504 группы

Челябинск 2008

**Содержание**

Введение

Глава I Источники и формы финансирования инноваций

1.1 Сущность и понятие инновации

1.2 Источники финансирования инновации

1.3 Механизмы и формы финансирования инновации

Глава II Оценка инновационного потенциала проекта

Заключение

Библиографический список

**Введение**

В современных условиях повышение конкурентоспособности промышленности за счет ее технологического переоснащения и подъема наукоемких отраслей производства является одной из наиболее актуальных проблем российской экономики.

На сегодняшний день снижение уровня научно – технического потенциала страны явилось следствием разрушения технического единства научных исследований и разработок. В результате произошел рост зависимости страны от иностранных производителей высокотехнологичной техники.

В сложившийся ситуации, для создания условий экономического роста необходимо инновационное обновление капитала на принципиально новой конкурентоспособной основе.

Инновация – это именно то, что реально позволяет создать конкурентное преимущество, которого еще нет у соперников.

Тема контрольной работы: «Источники и формы финансирования инноваций»

Цель – рассмотреть источники и формы финансирования инноваций.

Исходя из цели, были поставлены следующие задачи:

1. Дать понятие инновации.
2. Провести оценку инновационного потенциала проекта.

Литература, использованная при написании данной работы, отражает мнение российских авторов на исследуемую тему.

**Глава I Источники и формы финансирования инновации**

**1.1 Сущность и понятие инновации**

***«Инновация –*** (нововведение) – конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности».

Нововведение – это итоговый результат создания и освоения внедрения принципиально нового или модифицированного средства (новшества), удовлетворяющего обществом и дающего ряд эффектов.

***«Инновационная деятельность*** – процесс, направленный на реализацию результатов законченных научных исследований и разработок либо иных научно – технических достижений в новый или усовершенствованный продукт, реализуемый на рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической деятельности, а также связанные с этим дополнительные научные исследования и разработки».

**Инновационный процесс** – разработка инновации, ее создание и диффузия (распространение). Этот процесс связан с созданием, освоением и распространением инноваций.

**Распространение инноваций** – информационный процесс, форма, скорость которого зависят от мощности коммуникационных каналов, особенностей восприятия информации субъектами и их способностями к практическому .использованию этой информации. Диффузия инноваций – распространение однажды освоенной и использованной инновации в новых условиях.

Субъекты инноваций: новатор, ранние реципиенты (предприниматели, первые, освоившие новшество) – цель получение прибыли путем скорейшего продвижения товара; раннее большинство (фирмы первые, внедрившие в производство); отстающие фирмы (выпуск изделия, когда оно уже устарело).

По гражданскому праву новация означает соглашение сторон о замене одного заключенного обязательства другим обязательством. Например, 12 декабря 1998 года Правительство РФ издало распоряжение № 1787-р « о новации, по государственным ценным бумагам», к которому были приложены «основные условия осуществления новации по государственным краткосрочным бескупонным облигациям и облигациям федеральных займов с постоянным и примерным купонным доходам со сроком погашения до 31 декабря 1999 г. и выпущенным в обращение до Заявления правительства РФ от17 августа 1988 года путем замены по согласованию с их владельцами на новые обязательства по вновь выпускаемых облигациям федеральных займов с фиксированным и постоянным купонным доходом и частичной выплатой денежных средств». Из названия этих основных условий видно, в чем выражается сущность новации и что является результатом новации.

В «Концепции инновационной политики РФ на 1998-2000 годы», одобренной постановлением Правительства РФ от 24 июля 1998 г. №832. дается следующие понятие этих терминов.

***«Инновация –*** (нововведение) – конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности».

***«Инновационная деятельность*** – процесс, направленный на реализацию результатов законченных научных исследований и разработок либо иных научно – технических достижений в новый или усовершенствованный продукт, реализуемый на рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической деятельности, а также связанные с этим дополнительные научные исследования и разработки».

**1.2 Источники финансирования инновации**

Основными источниками финансирования инноваций выступают ***собственные средства.*** Свыше 80% обследованных предприятий для финансирования инноваций использовали прибыль. Однако такая опора на собственные источники является вынужденной из-за неразвитости кредитной системы.

Второй по значимости источник – ***бюджетные инвестиции***, (а также средства внебюджетных фондов), что, возможно, свидетельствует о более широких формах финансовой поддержки предприятий со стороны государства, чем принято считать в настоящее время. Это подтверждается и тем, что местные и (региональные ) власти в той или иной форме оказывали помощь в осуществлении инноваций 41 из 143 исследований предприятий (27,8%).

Самофинансирование нововведений скорее имеет отрицательные последствия, чем положительные. Важными особенностями нововведений предприятий, опирающихся на собственные силы, остаются их относительные, скромные масштабы и отсутствие внедренных разработок глобального характера. Доминирование продуктных инноваций также не в последнюю очередь связано со структурой финансовых источников. Ограниченность средств обуславливает еще одну особенность - постепенный характер инновационных проектов. Предприятие становится заведомо лишенным возможности одновременного реструктурирования всех сторон деятельности – изменения профиля деятельности или значительного технического перевооружения, создания новых подразделений с наймом высококвалифицированных специалистов или комплексной переподготовки кадров.

***Собственные средства*** – основной источник финансирования инноваций, но отнюдь не единственный. Более того, предприятия комбинируют несколько источников средств, в разнообразных формах. Лишь некоторые, предприятия сумели осуществить нововведения, используя только собственные средства.

На малых дочерних предприятиях использование собственной прибыли, значительная часть которой вкладывается в развитие, сочетается с инвестициями крупных материнских структур (ФПГ, корпорация). Финансирование инноваций за счет ***инвестиций*** нового внешнего собственника (в том числе иностранного) пока еще не очень распространено. Обычно инвестиции внешних собственников выступают как разовые акции и занимают небольшой удельный вес в общем, объеме финансирования. Чаще внешние собственники, присутствуют номинально и не вносят, ни какого вклада в развитие предприятия.

***Иностранные инвестиции*** как источник финансирования инноваций наиболее доступны предприятиям, контролируемым иностранным капиталом. Путем привлечения иностранных инвестиций, как известно, может послужить создание совместных производств, реализация совместных проектов с иностранными партнерами при условии их финансирования. В отдельных случаях финансирования инновационных проектов осуществляют сами заказчики продукции, получаемой в результате инновации. Кроме того, для инноваций иногда использовались такие средства, о которых директора предпочитают не говорить вслух.

Имеющая информация не позволяет сделать однозначных выводов о стимулах основанных инвесторов инноваций. Можно предположить, что государство в лице центральных и местных органов управления вкладывает средства для решения социальных проблем (создания рабочих мест, поддержки жизненно важных отраслей), укрепления власти отдельно правящих группировок (поддержка политически лояльных руководителей), создания новых источников пополнения бюджета.

Интересы банков, частных и криминальных инвесторов достаточно однообразны и во многом совпадают - получение краткосрочной прибыли. Поэтому директорат предприятий старается не брать банковские кредиты, уйти из под криминальной «крыши». Менеджменту предприятий гораздо легче найти с чиновниками государственных органов управления – делиться властью с «властью» психологически гораздо легче, чем с другими.

На тех предприятиях, где финансирование проводится из собственных средств, расчет эффективности инновации (там, где он вообще проводится), производится, как правило, своими силами, без привлечения сторонних организаций и специалистов. Финансирования новых разработок их заказчиками (потребителями продукции) осуществляется на неформальной основе с использованием личных связей. Крупные предприятия если и получали государственные кредиты, то нередко тоже благодаря личным связям.

Тем не менее ситуация по не многу меняется. Имеющиеся данные свидетельствуют о том, что создаются новые, более формализованные инвестиционные механизмы, а также критерии оценки результатов инноваций.

Присутствие иностранного банка в качестве кредитора вынуждает предприятие использовать распространенную в международной практике процедуру отбора проектов модернизации производства. На предприятиях, являющихся частью крупных производственных комплексов и получающих инвестиции из налоговых структур, также существуют системы оценки использования средств. Для получения кредита отечественного банка необходимо как минимум техническое обоснование его возвратности. Этот документ, собственно, и подтверждает эффективность инновации.

При всем многообразии внешних источников финансирования можно отметить одну доминирующую черту – несмотря на новые тенденции, сохраняются «непрозрачные отношения предприятий с кредитующими инновации организации.

**1.3 Механизмы и формы финансирования инновации**

Формы определяют способы формирования финансовых ресурсов предпринимательства и повышения их заинтересованности во внедрении новшеств. Здесь можно выделить механизмы кредитования, формирования собственного капитала, формирования затрат на НИОКР и характера отнесения на их себестоимость, увязки размеров налогообложения с интенсивностью инновационной деятельности.

Роль кредита в развитии предпринимательства детально исследовал Й. Шумпейтор. Он показал, что, «чтобы осуществлять новые комбинации, предпринимателю нужна покупательная сила, которая не предоставляется ему автоматически как производителю в процессе кругооборота в форме дохода от продукта предшествующего периода. Если предприниматель не обладает покупательной силой заранее…, то он должен ее у кого-нибудь занять.

Чем отличается эта роль от той, которую играет кредит в ходе обычного кругооборота товаров?

Все дело в том, что осуществляя инновационный процесс, особенно, если он основан на радикальных и стратегических инноваций, предприниматель производит затраты, но не имеет замещения этих затрат реальным продуктом или услугами в течении длительного времени.

Большинство производственных процессов для своего бесперебойного осуществления требуют подпитки кредитными ресурсами в течении краткосрочного периода. Но обеспечением этого кредита является создаваемый или находящийся на складе продукт. То есть появляющиеся в хозяйственном обороте кредитные деньги имеют товарные покрытия. В инновационном процессе такого покрытия нет. В этом заключается основное различие кредитования производственного и инновационного процессов.

Собственных средств на цели финансирования инноваций может быть не достаточно, тем более, если разработка инновации происходит на фоне параллельно протеканию рутинного и устоявшегося производственного процесса. В это производство уже вложены значительные средства и зачастую их отвлечение представляет весьма болезненную процедуру. Поэтому появляется необходимость получения требуемых для разработки инноваций финансовых ресурсов извне. Одним из механизмов привлечения средств со стороны является получение кредита. Но этот кредит является либо среднесрочным, либо долгосрочным. Цель такого кредитования – получение способности распоряжаться материальными ресурсами в течении значительного времени до создания рыночной стоимости, которая может выступать покрытием данного кредита. Это стоимость будет создана по истечении определенного периода времени, необходимого для разработки и коммерциализации новшества. Но понятно, что возможности кредитных организаций по отвлечению средств ограничены. Банки не могут надолго расставаться со своими деньгами. Они нацелены, прежде всего, на короткие периоды кредитования. Поэтому только одного кредитования недостаточно для создания финансовой базы инновационных процессов.

Соответствующей инновационным потребностям формой привлечения финансовых ресурсов, является выпуск облигаций. Их особенностью является длительный срок обращения. Можно утверждать, что для рассматриваемых процессов финансирование на основе облигационных займов является наиболее предпочтительным.

Следующей формой является увеличение собственного капитала за счет внешних источников. Особенно важна такая форма для уже давно функционирующих предприятий, имеющих высокую репутацию и известность. Они имеют возможности произвести эмиссию акций и за счет этого нарастить свой капитал. Но не все предприятия пользуются этим механизмом, если даже возможности для этого имеются. Дело в том, в ряде случаев увеличивается количество собственников предприятия, и возникают возможности неуправляемого менеджерами перемещения контрольного или блокирующего пакета акций.

Для вновь образованных предприятий биржевой механизм не подходит, так как их акции еще не контролируются на фирме. В этом случае необходимо развитие внебиржевого рынка акций, а также венчурного финансирования.

Стимулирование инновационной деятельности предполагает создание условий, в которых осуществление этой деятельности будет выгодным. Степень выгодности может быть измерена размером чистой прибыли, то есть прибыли, остающейся в распоряжении предприятия после уплаты налогов. Это может быть достигнуто посредством снижения налоговых платежей при увеличении инновационных и инвестиционных усилий предприятия.

Снижение налоговых платежей рекомендуется проводить пропорционально абсолютному увеличению затрат на НИОКР с установлением предельного размера снижения налоговых выплат. С этой целью предоставляется целесообразно установить долевые коэффициенты по отношению к приросту затрат на НИОКР для определения размера уменьшения налоговых платежей. Но поскольку базовые величины затрат на НИОКР могут быть весьма значительными, следует определить предельную долю уменьшения налоговых выплат.

**Глава II Оценка инновационного потенциала проекта**

**ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

5.1. Оценка инновационного потенциала проекта

5.1.1. Описание проекта.

Расположенное в г. Серове предприятие ОАО «Серовский хлебокомбинат» - выпускает кукурузные хлопья. Предлагается организовать новый вид продукта (услуги), который состоит в том, что кукурузные хлопья будут в яркой, красочной упаковке, с различными сюрпризами в нутрии упаковки (леденцы, жевательная резинка и т.д.). Предполагаемыми потребителями могут быть родители и дети, спонсоры детских учреждений и т.д.

5.1.2. Оценка параметров проекта.

5.1.2.1. Совместимость проекта с текущей стратегией предприятия, на котором предполагается внедрение. Этот параметр оценивается в 10 баллов, так как в полном объеме совпадает с текущей стратегией предприятия, выпускающего кукурузные хлопья и стремящегося расширить их сбыт.

5.1.2.2. Представление потребителей о предприятии полностью совпадает с предлагаемым проектом. Параметр оценивается в десять баллов.

5.1.2.3. Риск при реализации данного проекта не превышает обычные для данного предприятия риски. Параметр можно оценить в семь баллов.

5.1.2.4. По мере коммерциализации проекта риск будет снижаться, так как появится определенность в вопросе, принял ли массовый потребитель услугу (продукт) или не принял. Этот параметр можно оценить в девять баллов.

5.1.2.5. Соответствует ли проект потребностям рынка? Этот параметр можно оценить в шесть балов, так как услугой, наверняка, воспользуются дети, подростки, спонсоры детских домов, детские комбинаты, школы и другие лица. Вместе с тем неясно, в какой мере будет пользоваться этим продуктом массовый потребитель. Данный параметр можно оценить в шесть баллов.

5.1.2.6. Оценка общей емкости рынка. Данный параметр можно оценить в пять баллов, так как потребность кукурузных хлопьях не очень велика.

5.1.2.7. Оценка доли рынка. Проект в случае его внедрения займет не значительную долю рынка, однако, учитывая общую величину рынка, объемы, реализации нового продукта могут быть значительны. В целом этот параметр можно оценить в четыре балла.

5.1.2.8. Вероятность коммерческого успеха. Этот параметр можно оценить в пять баллов, так как спрос будет наверняка, а вот величина спроса будет зависеть от эффективности продвижения услуги на рынок.

5.1.2.9. Объем продаж, скорее всего, не будет очень большим, так как услуга повышает цену и требует со стороны потребителя дополнительных усилий. Однако оригинальность, позволяет надеяться на устойчивый спрос в средне и низко- обеспеченных слоях населения. По этому параметру проект может быть оценен на пять.

5.1.2.10. В настоящий момент конкурентов по предлагаемому продукту нет, и по данному параметру проект можно оценить на десять.

5.1.2.11. Согласованность с существующими каналами сбыта хорошая. Данный параметр проекта может быть оценен в пять баллов.

5.1.2.12 Общественное мнение о новом продукте. Продукт не нарушает этических норм, не является обязательным и вместе с тем является традиционным для большинства потребителей. По данному параметру проект может быть оценен на девять.

5.1.2.13. Соответствует ли проект инновационной стратегии предприятия. Качество оформления продукции является одним из основных направлений инновационной стратегии предприятия. Данный проект можно рассматривать как конкретное направление повышения качества оформления стандартного продукта. По этому параметру проект можно оценить на восемь.

5.1.2.14. Вероятность технического успеха. Для осуществления проекта не требуется современной технологии. Таким образом, с технической стороны проект гарантирован. Оценка проекта по этому параметру может быть десять.

5.1.2.15. Стоимость и время разработки проекта. Представленный проект основывается на использовании широко распространенного технического решения. Для его реализации не требуется разрабатывать оригинальное оборудование. Достаточно выбрать и заказать существующие приборы. Времени на отработку технологии потребуется также немного. По этому параметру проект может быть оценен на десять баллов.

5.1.2.16. Реализация проекта не требует патентования и не приведет к нарушению чьего-либо патента. По этому параметру проект может быть оценен на десять.

5.1.2.17. Наличие научно-технических ресурсов. Для реализации проекта не требуется проводить научные исследования. Параметр может быть оценен на десять.

5.1.2.18. Предлагаемый проект будет использоваться в будущем во все возрастающем объеме и практически без изменения. По этому параметру проект можно оценить на семь.

5.1.2.19. Представленный проект не требует больших средств и не противоречит другим инновациям в программе предприятия. По этому параметру проект может быть оценен на девять.

5.1.2.20. Наличие вредных воздействий продукта и процесса его производства на окружающую среду. Вредного воздействия нет. По этому параметру можно оценить проект на десять.

5.1.2.21. Соответствие - продукта текущему и перспективному законодательству. Продукт не нарушает текущее законодательство и не просматривается нарушение такого законодательства в будущем. По этому параметру проект можно оценить на десять.

5.1.2.22. Стоимость НИОКР. Стоимость НИОКР сводится к разработке дизайна упаковки и организации рабочего места. По этому параметру можно оценить проект на девять.

5.1.2.23. Затраты на производство. Дополнительные затраты на производство нового продукта сводятся к затратам на заработную плату исполнителей. По этому параметру проект можно оценить на девять.

5.1.2.24. Стоимость маркетинговых исследований. Дополнительные маркетинговые исследования потребуются для выбора точек реализации нового продукта. Их величина будет не высокой. По этому параметру проект можно оценить на восемь.

5.1.2.25. Наличие финансовых средств в необходимые сроки. Потребность в ресурсах для реализации проекта не значительная по сравнению с оборотом предприятия, и можно считать, что они будут в наличии в нужном количестве и в нужное время. По этому параметру можно оценить проект на девять.

5.1.2.26. Согласованность с финансированием других проектов предприятия. Проект не требует большого количества ресурсов и можно считать, что он не противоречит другим инновационным проектам. По этому параметру проект можно оценить на девять.

5.1.2.27. Ожидаемая норма прибыли. Продукт рассчитан на среднего потребителя, и его прибыльность может быть достаточно велика. По данному параметру проект можно оценить на семь.

5.1.2.28. Соответствие проекта критериям финансовой эффективности принятым на предприятии. По этому параметру можно оценить проект на восемь, так как прибыльность проекта планируется не хуже, чем по другой продукции предприятия. По этому параметру можно оценить проект на семь.

5.1.2.29. Наличие на предприятии персонала необходимой квалификации. Для реализации проекта не требуется персонал высокой квалификации. По этому параметру проект можно оценить на девять.

5.1.2.30. Согласованность проекта с имеющимися мощностями предприятия. Проект предполагает использовать продукцию, уже выпускаемую предприятием, но добавив ей дополнительные качества. По этому параметру можно оценить проект на десять.

5.1.2.31. Стоимость и наличие необходимых сырья и материалов. Дополнительным сырьем являются только жевательная резинка и леденцы. По этому параметру можно оценить проект на восемь.

5.1.2.32. Издержки производства. Дополнительные издержки производства не велики: заработная плата исполнителей и жевательная резинка и леденцы. По этому параметру можно оценить проект на восемь.

5.1.2.33. Уровень безопасности производства. Проект не содержит операций с повышенной опасностью. По этому параметру проект можно оценить на десять.

**Оценка инновационного потенциала проекта**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1. | 2. | 3. | | 4. | | 5. | | | 6. | | | 7. | | | | | 8. | | | 9. | | | 10 | |
| 1. Цели, стратегия и ценности  предприятия | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. Совместимость проекта с текущей стратегией предприятия, на котором предполагается внедрение.  2. Согласованность проекта с представлением потребителей о предприятии.  3. Соответствует ли проект отношению предприятия к риску  4. Временной аспект риска. |  |  | |  | |  | |  | | |  | | | | + | | | | + | | |  | | +  + | |
| 2. Маркетинг | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5. Соответствие проекта потребностям рынка.  6. Оценка общей емкости рынка.  7. Оценка доли рынка.  8. Вероятность коммерческого успеха.  9. Возможный объем продаж.  10. Оценка конкурентов.  11. Согласованность с существующими каналами сбыта.  12. Общественное мнение о новом продукте. |  |  | |  | | + | | | +  +  + | | | + | | | | + | | | |  | | | + | | + | |
| 3. НИОКР |
| 13. Соответствие проекта инновационной стратегии предприятия.  14. Вероятность технического успеха.  15. Стоимость и время разработки проекта.  16. Отсутствие патентных нарушений.  17. Наличие научно-технических ресурсов.  18. Возможность будущих разработок продукта и дальнейшее применение внедряемой технологии.  19.Согласованность с другими инновационными проектами предприятия.  20. Наличие вредных воздействий продукта и процесса его производства на окружающую среду.  21. Соответствие продукта текущему и перспективному законодательству. |  |  | |  | |  | | |  | | |  | | | | | + | | | + | | | + | | +  +  +  +  +  + | |
| 4. Финансы |
| 22. Стоимость НЙОКР.  23. Затраты на производство.  24. Стоимость маркетинговых исследований. 25. Наличие финансовых средств в необходимые сроки.  26. Согласованность с финансированием других проектов предприятия.  27. Ожидаемая норма прибыли.  28. Соответствие проекта критериям эффективности финансовых вложений, принятым на предприятии. |  |  | |  | |  | | |  | | | | |  | | |  | | |  | | | + | |  | |
| 5. Производство |
| 29. Наличие на предприятии персонала необходимой квалификации для реализации проекта.  30. Согласованность проекта с имеющимися мощностями предприятия.  31. Стоимость и наличие необходимых сырья, материалов, комплектующих изделий.  32. Издержки производства.  33. Уровень безопасности производства. |  |  | |  | |  | | |  | | | | |  | | |  | | | +  + | | | + | | +  + | |
| ОЦЕНКИ:- ..-, ,,-\_.  1 ОХ- очень'высокая (хорошо) 1. - очень низкая оценка (плохо) |  |  | |  | |  | | |  | | | | |  | | |  | | |  | | |  | |  | |

Исчисление: 10\*11+9\*7+8\*6+7\*4+6\*1+5\*3+4\*1+3\*0+2\*0+1\*0=274/33=8,3

5.1.4 Итоговая оценка предложенного инновационного проекта составляет 8,3; что значительно выше среднего значения. На основании этой оценки можно сделать вывод, что проект жизнеспособен, будет давать прибыль и повысит имидж и конкурентоспособность предприятия.

**Заключение**

Таким образом, ***«инновация –*** (нововведение) – конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности».

Не обходимо отметить, что самофинансирование нововведений скорее имеет отрицательные последствия, чем положительные. Важными особенностями нововведений предприятий, опирающихся на собственные силы, остаются их относительные, скромные масштабы и отсутствие внедренных разработок глобального характера. Доминирование продуктных инноваций также не в последнюю очередь связано со структурой финансовых источников.

Формы определяют способы формирования финансовых ресурсов предпринимательства и повышения их заинтересованности во внедрении новшеств.

Стимулирование инновационной деятельности предполагает создание условий, в которых осуществление этой деятельности будет выгодным. Степень выгодности может быть измерена размером чистой прибыли, то есть прибыли, остающейся в распоряжении предприятия после уплаты налогов.

Цель контрольной работы: рассмотреть источники и формы финансирования- была достигнута.

Сформулированные задачи – разрешены.

**Библиографический список**

1. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента: Учебное пособие.- 3-е изд., перераб. и допол.. - М.: Финансы и статистика, 2007.
2. Ефремов В.С. Менеджмент в России и за рубежом. – М.: «ФИНПРЕС», 2008.
3. Земцев. Менеджмент. – М.: изд – во ПРИОР, 2008.
4. Ковалев Г.Д. основы инновационного менеджмента. Учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2007.
5. Шумпетр И. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 2002
6. Финансы №1, 2008 г.
7. Финансы №7, 2008 г.
8. Финансы №5, 2008 г.
9. Вопросы экономики №7, 2007 г.