

## МІСЦЕ ПРИБУТКУ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Вінницький національний технічний університет

### *Анотація*

*Проаналізовано рівень прибутку вітчизняних підприємств. Визначено місце прибутку в управлінні інноваційною діяльністю*

**Ключові слова:** прибуток, інноваційна діяльність, фінансування

### *Abstract*

The level of profit of domestic enterprises is analyzed. The place of profit in the management of innovation activity is determined.

**Keywords:** profit, innovative activity, financing

### **Вступ**

Для будь-якого суб'єкта господарської діяльності досить важливе значення має його здатність продукувати прибуток, оскільки саме він є джерелом розвитку підприємства та фактором забезпечення фінансової стійкості. Прибуток виконує на підприємстві значну кількість функцій, серед яких важливою є функція забезпечення економічного зростання. Детермінантою економічного зростання в сучасних умовах є інноваційна діяльність. Саме тому, досить важливим є питання оцінювання місця прибутку підприємств в управлінні інноваційною діяльністю.

Огляд публікацій вказує на необхідність висвітлення питання аналізу місця прибутку підприємства в управлінні його інноваційною діяльністю.

Метою цієї роботи є дослідження і систематизація підходів до визначення місця прибутку в управлінні інноваційною діяльністю підприємства.

### **Результати дослідження**

Однією з найхарактерніших ознак сучасного розвитку світової економіки є глобалізація, яка призвела до появи нової форми конкуренції, що стала наслідком виходу за межі окремої країни, виробництва, формуючи всесвітню глобальну систему конкурентних відносин, яка вимагає відповідного управління. Для забезпечення стійкого розвитку підприємства необхідно забезпечити стійке економічне зростання, яке передбачає, в першу чергу, більш раціональне використання ресурсів та максимізацію прибутку. В умовах ринкової економіки прибуток є найважливішим чинником стимулювання виробничої і підприємницької діяльності підприємства та створює фінансову основу для її розширення, задоволення соціальних і матеріальних потреб трудового колективу.

Метою створення будь-якого суб'єкта господарювання є отримання прибутку, у розмірі достатньому для подальшого розвитку та функціонування. Отримання підприємством прибутку є найголовнішим його завданням та можливістю існування. Прибутковість підприємства є показником його сталого розвитку та ефективної і суспільно-корисної діяльності. Прибуток характеризує кінцевий результат діяльності підприємства у абсолютному вираженні, а рентабельність показує міру ефективності даної діяльності.

Саме тому, увагу до прибутку як економічної категорії приділяли з моменту виникнення економічних відносин.

Прибуток є кінцевим результатом діяльності підприємства, що характеризує абсолютну ефективність роботи [1].

Узагальнюючи існуючі підходи, можна резюмувати, що прибуток – це кінцевий результат діяльності суб'єкта господарської діяльності, який визначається, як різниця між доходами, отриманими від певного виду діяльності та відповідними витратами, понесеними для отримання доходів впродовж здійснюваної ризикової та суспільно-корисної діяльності.

З таблиці 1 видно, що в цілому на вітчизняних підприємствах спостерігається негативна динаміка не лише скорочення нерозподіленого прибутку, проте й отримання непокритого збитку.

Таблиця 1

**Динаміка власного капіталу та нерозподіленого прибутку вітчизняних підприємств станом на 31 грудня**

<i>Показник</i>	<i>2010 р.</i>	<i>2011 р.</i>	<i>2012 р.</i>	<i>2013 р.</i>	<i>2014 р.</i>	<i>2015 р.</i>
Власний капітал, млн. грн.	1426712	1586285	1904940	1950375	1480658	2288741,4
Нерозподілений прибуток, млн. грн.	-17677,4	16078,4	57015	20873,7	-579901	-893834,4
Частка нерозподіленого прибутку, %	-1,24	1,01	2,99	1,07	-39,17	-39,05

Джерело: сформовано автором на основі даних [2]

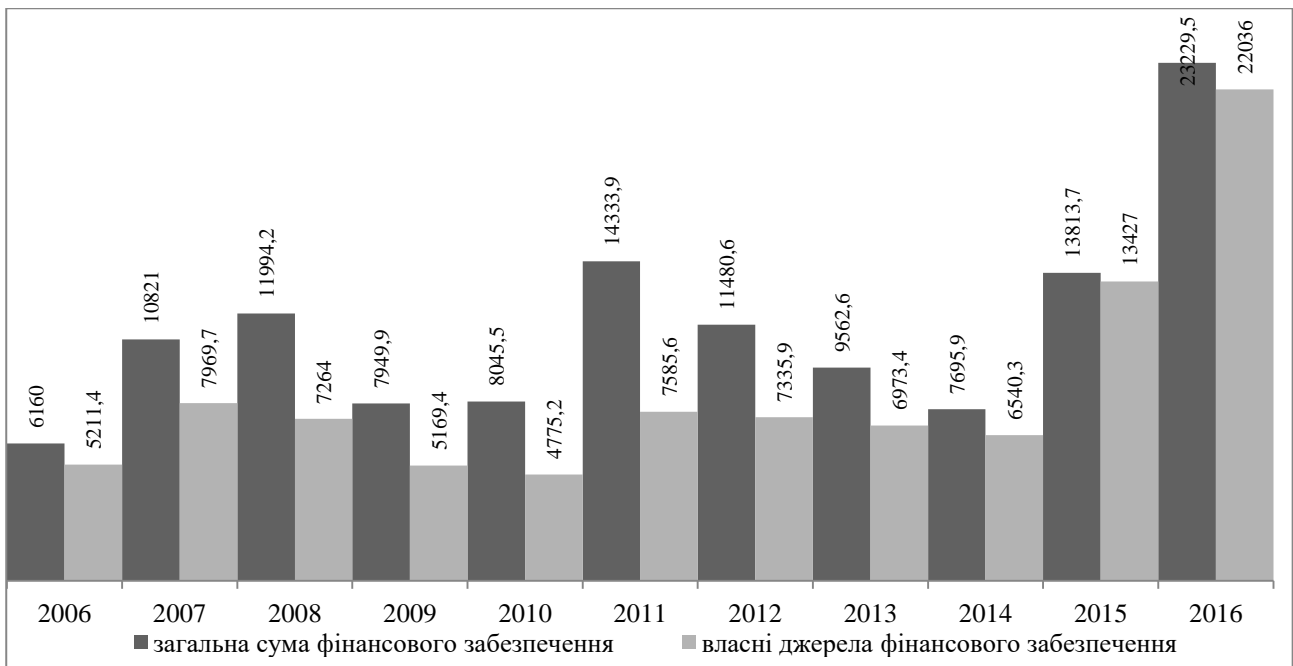
Така ситуація свідчить про проїдання власних коштів та відсутність власних джерел фінансових ресурсів для підвищення рівня конкурентоспроможності, що є досить негативним явищем. Зростання прибутку і як наслідок підвищення показників рентабельності підприємства має велике значення для подальшого розвитку підприємства. Якщо сума прибутку показує абсолютний ефект від діяльності, то рентабельність характеризує міру цієї ефективності, тобто відносний ступінь прибутковості підприємства або продукції, що виробляється. Рентабельність як показник дає уявлення про достатність прибутку порівняно з іншими окремими величинами, що впливають на фінансово-господарську діяльність підприємства.

Саме прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування. Найважливішим джерелом створення і утримання конкурентних переваг підприємства є виявлення і використання нової науково-технічної продукції при здійсненні інноваційної діяльності, яка є результатом інтелектуальної, наукової та інженерно-технічної творчості фахівців [3]. Висока конкурентоспроможність дозволяє отримувати прибутки і набутки, що зможе зацікавити інвестора як постійного і надійного партнера, для забезпечення стабільного розвитку підприємства. Отже, перспективним напрямом підвищення рівня прибутку та конкурентоспроможності підприємств є впровадження інновацій. При цьому інновації на підприємстві можуть впроваджуватись у різноманітних формах: розробка нових видів продукції, використання енергозберігаючих інноваційних технологій, впровадження нових ідей виробництва.

Важливе місце інноваціям як фактору економічного зростання надає й засновник теорії конкурентних переваг М. Портер. Описуючи зміст конкуренції і пояснюючи питання досягнення підприємствами успіху на міжнародних ринках, вчений стверджує, що досягнення конкурентних переваг досягається саме завдяки інноваціям, які розуміє в широкому змісті – від крупного технологічного прориву до нових методів праці, використання нових технологій [4].

Власними джерелами фінансування інноваційної діяльності, як правило, виступають нерозподілений прибуток та амортизаційні відрахування, внески засновків у збільшення зареєстрованого капіталу [5]. Як видно з рис. 1, саме власний капітал є основою фінансування інноваційної діяльності вітчизняних підприємств впродовж 2006-2016 рр.

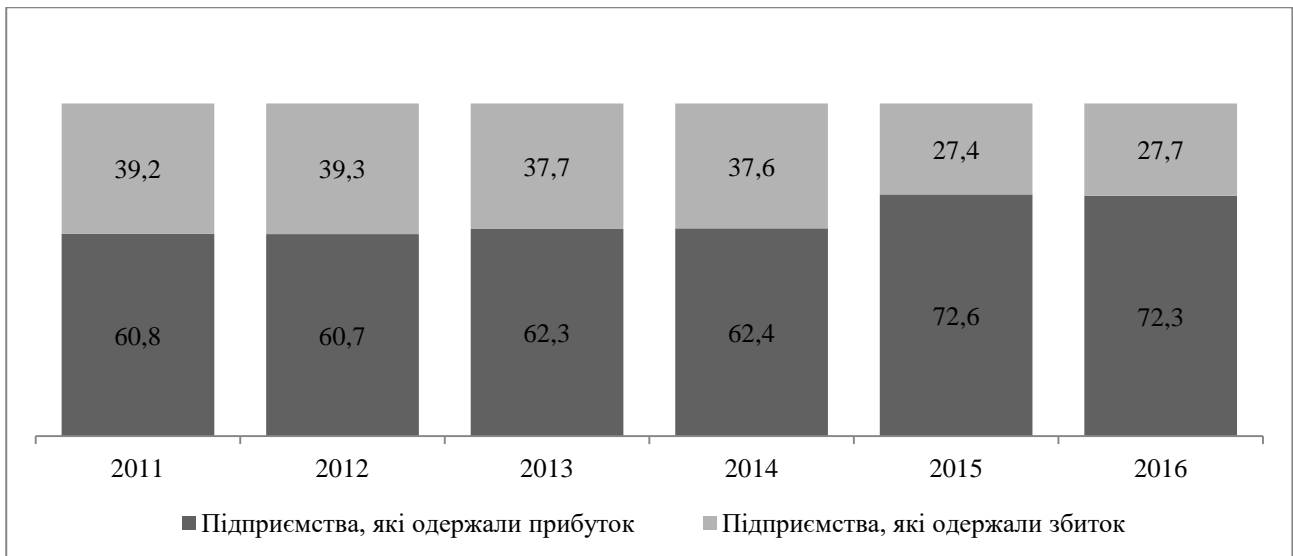
Разом з тим, загальна величина витрат на фінансування інноваційної діяльності впродовж досліджуваного періоду має негативну динаміку зменшення. Лише в 2016р. спостерігається певне покращення стану фінансування.



**Рисунок 1 – Динаміка джерел фінансування інноваційної діяльності вітчизняними підприємствами (млн. грн.) (складено за даними [2])**

Якщо досліджувати чистий прибуток промислових підприємств, можна помітити позитивну динаміку зростання тих промислових підприємств, які отримали чистий прибуток та одночасно скорочення підприємств, що отримали чистий збиток (рис. 2). Якщо в 2011 р. з усієї сукупності промислових підприємств 60,8% отримали чистий прибуток, то в 2016 р. –72,3%.

Інноваційній діяльності передуює процес зародження ідеї, яка потім поступово трансформується в інновацію. Ідея інноваційного продукту виникає в результаті фундаментальних досліджень. Генерувати ідею певних інновацій можуть безпосередньо споживачі інноваційної продукції в результаті проведення соціологічних опитувань та виявлення потреб споживачів. Зважаючи на те, що інноваційною є діяльність й щодо суттєвого удосконалення певного продукту, товарів, технологічних процесів, тощо, генерувати інноваційний продукт може й безпосередньо ринок науково-технічної продукції. Відомо, що приблизно лише 10% ідей та проведених відповідних фундаментальних досліджень втілюються у реальний інноваційний продукт, що спричинене низкою факторів.



**Рисунок 2 – Чистий прибуток промислових підприємств (складено за даними [2])**

Отже, одним із чинників, які стримують інноваційну діяльність, є недостатній розвиток комунікативних зв'язків між виробниками, ринком науково-технічної продукції та споживачами інноваційних продуктів.

Серед інновацій для підприємств з точки зору підвищення прибутковості рівня прибутку доречним є використання й таких інновацій як маркетингові. Маркетингові інновації передбачають використання інновацій у маркетингу в процесі створення та розповсюдження товарів. Перше фундаментальне дослідження в даному напрямку здійснене Теодором Левіттом, який у 1962 р. вивчав можливості зростання та отримання прибутку через маркетингову інновацію [6]. Т. Левітт вказував на недооцінку маркетингових інновацій, наголошував на значенні нових маркетингових методів для розвитку бізнесу і вперше висунув концепцію «marketing R&D»-досліджень і розробок у маркетинговій сфері.

Дослідження більше ніж 700 німецьких компаній надало можливість зробити висновок, що маркетингові та технологічні інновації не тільки є комплементарними, але й у певних випадках можуть замінювати одна одну, тобто можуть розглядатись як субститути [7]. Саме тому, зважаючи на обмеженість фінансових ресурсів для впровадження технологічних інновацій, одним з перспективних напрямів підвищення рівня рентабельності вітчизняних підприємств може стати маркетингова інновація.

Досить важливим також є використання прибутку з метою підвищення рівня інтелектуального капіталу вітчизняних підприємств. Загальновизнаним є той факт, що капітальні вкладення в працівника є такими ж прибутковими, як і інвестиції в будь-який інший чинник виробництва. Під людським капіталом зазвичай розуміється сукупність знань, практичних навичок, творчих здібностей, що сприяють результатам його діяльності [8]. В економічно розвинених країнах стратегічним фактором економічного розвитку виступають саме інтелектуальні фактори економічного зростання у вигляді інноваційного капіталу, інтелектуального продукту.

Інтелектуальний капітал є за своєю суттю нематеріальним активом, складовою гудвілу, який за умілого керівництва компанією може принести суттєве зростання доходу, прибутку, а в кінцевому рахунку – конкурентоспроможності та ринкової вартості підприємства.

Суттєвою перевагою інтелектуального капіталу є те, що він носить ексклюзивну форму та має досить високу додану вартість порівняно із іншими ресурсами, які є в розпорядженні підприємства.

Саме тому, менеджменту підприємств варто велику увагу приділяти не лише рівню освіти працівників, проте й їх креативності та здатності до нестандартного мислення. З цією метою досить корисним є проведення регулярних тренінгів, навчань, стажувань, колективних мозкових штурмів тощо.

Особливої уваги заслуговує фінансування інноваційних проектів, спрямованих на енергозбереження. Питання енергозбереження є актуальним на будь-якому рівні як в межах України, так і за її межами. загальновизнано, що економіка, яка характеризується неймовірно високим рівнем ресурсо- та енергозатрат своєї продукції, що властиво для України, навіть без впливу інших зовнішніх факторів приречена на поступове вичерпання резервів екстенсивного зростання і подальше збільшення загроз економічної депресії [9].

В цілому, енергозбереження на підприємстві може впроваджуватись за різними напрямками:

- використання енергоефективного технологічного обладнання;
- впровадження енергозберігаючих розробок запропонованих за результатами енергоаудиту;
- термомодернізація будівель, споруд, які безпосередньо належать підприємству;
- використання сучасних підходів до генерації тепла, теплопостачання та опалення будівель і споруд, які сприятимуть скороченню витрат на енергетичні ресурси.

Впровадженню даних заходів передують проведення аудиту, метою якого є пошук напрямів неефективного використання ресурсів, напрямів економії ресурсів. При цьому підприємство з метою впровадження енергозберігаючих технологій може використовувати як вітчизняні та світові розробки, так і впроваджувати власні.

Сучасний стан розвитку науково-технічного прогресу дозволяє все в більшій мірі застосовувати інновації в сфері використання альтернативних і відновлювальних джерел енергії для потреб малих і великих підприємств. Незважаючи на те, що промислові підприємства зазвичай є енергоємними і виробництво переважно налаштоване на використання первинних енергоносіїв, велика частка допоміжних і технологічних процесів може бути переведена на використання нетрадиційних джерел енергії.

Фінансування витрат на зниження витрачання енергетичних ресурсів може бути здійснене як за рахунок власних коштів підприємств, так і шляхом використання державних цільових програм, коштів міжнародних інвесторів та організацій.

**Висновки і пропозиції.** Отже, систематизація існуючих підходів до визначення сутності прибутку, показала, що прибуток – це кінцевий результат діяльності суб'єкта господарської діяльності, який визначається, як різниця між доходами, отриманими від певного виду діяльності та відповідними витратами, понесеними для отримання доходів впродовж здійснюваної ризикової та суспільно-корисної діяльності. На величину прибутку впливає значна кількість факторів. Доведено, що прибуток важливе значення має у фінансовому забезпеченні інноваційної діяльності. Активне впровадження інновацій сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємств, що в кінцевому рахунку сприятиме зростанню рівня прибутку та ринкової вартості майна підприємства. Вітчизняним промисловим підприємствам доцільно більше уваги спрямувати на маркетингові інновації, інтелектуальний капітал та інновації в енергозбереженні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Фінансовий аналіз та звітність : практикум / І. Ю. Єпіфанова, В. В. Джеджула. – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 143 с.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Джеджула В. В. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств / В. В. Джеджула, Єпіфанова І. Ю., Цвик О.Г. // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – №4. – С. 5-8.
4. Портер Майкл Э. Конкуренция: Пер. с англ. / Э.М. Портер. – М.: Вильямс. – 2005. – 608 с.
5. Єпіфанова І. Ю. Власний капітал у системі фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємств / Єпіфанова І. Ю. // Проблеми економіки. – 2016. – №3. – С. 239–244.
6. Levitt T. Innovation in Marketing: New Perspectives for Profits and Growth. New York / T. Levitt // McGraw Hill. – 1962. – 253 p.
7. Marketing Innovation and R&D Capabilities – More Than One Way to Innovation Success? [Електронний ресурс] / М. Bhargava, R. Chatterjee, С. Grimple, W. Sofka. – Режим доступу: [http://iri.jrc.ec.europa.eu/concord-2011/papers/Bhargava\\_Mukesh.pdf](http://iri.jrc.ec.europa.eu/concord-2011/papers/Bhargava_Mukesh.pdf)
8. Денисенко М. П. Інноваційний розвиток суспільства на основі інтелектуального капіталу / М. П. Денисенко // Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Економіка. – 2013. – Вип. 23. – С. 15-19.
9. Джеджула В.В. Енергозбереження промислових підприємств: методологія формування, механізм управління : монографія / В. В. Джеджула. – Вінниця : ВНТУ, 2014. – 347 с.

*Ірина Юріївна Єпіфанова* – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: [epifanovairene@gmail.com](mailto:epifanovairene@gmail.com).

*Iryna Yu. Yepifanova* – Cand. Ec. Sci (Eng), Assistant Professor of Finance and innovative management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: [epifanovairene@gmail.com](mailto:epifanovairene@gmail.com).