

УДК 330.341.1

М.В. ЛІТВИНЕНКО, к.т.н., доц., НТУ «ХП», Харків
І.В. КЕДРЕВИЧ, магістрант, НТУ «ХП», Харків

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ДЖЕРЕЛО ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ

В статті розглядається роль інноваційної діяльності в підвищенні прибутковості підприємств і організацій, її вплив на конкурентоспроможність та ефективність діяльності підприємств. Наведено основні напрямки збільшення прибутку підприємств, шляхом впровадження інновацій. Отримані в роботі результати мають практичне значення для підвищення конкурентоспроможності та ефективності роботи підприємства.

The article examines the role of innovation in improving the profitability of enterprises and organizations, its impact on competitiveness and efficiency. The basic directions of increasing profits through innovation. Obtained in the results of practical importance to improve competitiveness and efficiency of the enterprise.

Ключові слова: інновації, прибуток, ефективність, інноваційна політика, конкурентоспроможність.

Вступ. Формування інноваційної політики на підприємстві в сучасних економічних умовах є актуальним і являє собою один з найважливіших напрямків досягнення його конкурентних переваг у довгостроковій перспективі та підвищенні ефективності виробництва.

Сучасні економічні відносини ґрунтуються на умовах жорсткої конкуренції. Засадами конкурентоспроможності підприємства стають інновації. Лише систематичне оновлення та модернізація асортименту товарів і послуг, удосконалення техніки та технології виробництва дають змогу підприємству тривалий час отримувати високі показники прибутку та посідати лідерські позиції на ринку.

Постановка задачі. Мета роботи – дослідження впливу інновацій на підвищення показників прибутку та визначення напрямків підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності підприємств.

Методологія. Методологічною і теоретичною основою для написання роботи послужили навчальні посібники, статті та монографії вітчизняних і зарубіжних авторів, а також закони, укази та інші нормативні документи з питань дослідження.

Результати дослідження. Головна внутрішня мета діяльності будь-якого підприємства або організації, що функціонують в умовах ринкової економіки, полягає в максимізації прибутку, головного чинника його економічної стійкості. Інноваційна діяльність відіграє у цьому вирішальну роль. Розвиток нових

технічних і організаційно-технологічних рішень, вдосконалення основних принципів управління стосовно до специфіки вітчизняного ринку створюють умови для оновлення процесів відтворення на підприємствах і дають додатковий імпульс для економічного зростання. Постійне оновлення техніки та технологій робить інноваційний процес основною умовою виробництва конкурентоспроможної продукції, завоювання і збереження позицій підприємств на ринку і підвищення продуктивності, а також ефективності підприємства.

Інновації як результат інноваційної діяльності, з одного боку, повинні бути орієнтовані на краще, більш повне задоволення запитів споживачів, а з іншого – на отримання певного ефекту, що полягає у забезпеченні економічної стабільності підприємства, що ґрунтується на постійному отриманні прибутку та його збільшенні.

У найбільш загальному вигляді валовий прибуток підприємства (організації) незалежно від сфери діяльності може бути розраховано за наступною формулою [1]:

$$P_{вал} = \sum_{n=0}^N (C_{од.пр.} - B_{вир.і реал.}) * V_{реал.},$$

де $P_{вал}$ – валовий прибуток підприємства;

N – номенклатура виробленої і реалізованої продукції (послуги);

$C_{од.пр.}$ – ціна, за якою реалізується одиниця продукції (послуги);

$B_{вир.і реал.}$ – витрати на виробництво і реалізацію одиниці продукції (послуги);

$V_{реал.}$ – обсяг реалізації продукції (послуг).

Спираючись на наведену вище формулу, виділимо ряд основних напрямків, що забезпечують підприємству максимальний прибуток.

По-перше, це розширення номенклатури реалізованої продукції (послуг). Стосовно до вже функціонуючого підприємства розширення номенклатури продукції можливе тільки за двома напрямками: за рахунок випуску нової продукції (яка раніше не вироблялась на даному підприємстві) або за рахунок удосконалення (модернізації або модифікації) вже випускаємої продукції або наданої послуги. Вочевидь, як перший, так і другий напрямок, що забезпечує розширення номенклатури продукції і відповідно веде до збільшення прибутку, безпосередньо пов'язані з інноваційною діяльністю, бо сукупність робіт, пов'язаних з розробкою, освоєнням і поліпшенням вже виробленої продукції за своєю суттю є інноваційною діяльністю.

По-друге, максимізація ціни, за якою реалізується продукція або надається послуга. Вочевидь, що можливість збільшення ціни реалізації продукту або

послуги прямо залежать від попиту і пропозиції на продукцію підприємства на ринку. Найбільш важливим є те, чи діє підприємство в умовах конкурентної боротьби або займає монопольне становище. Результатом монопольного становища є практично нічим не обмежена можливість збільшення ціни реалізації продукту або послуги і, як наслідок, прибутку. Слід зазначити, що здійснювана підприємствами інноваційна діяльність є одним із засобів, за допомогою якого вони можуть забезпечити монопольне становище на ринку або попит на продукцію і необґрунтовано завищувати ціну її реалізації. Іншими словами, інноваційна діяльність дозволяє підприємствам в певних умовах зайняти монопольне становище на ринку з усіма наслідками, що випливають звідси, з точки зору збільшення прибутку підприємства через підвищення ціни реалізації продукції та послуги.

По-третє, мінімізація витрат на виготовлення і реалізацію одиниці продукції. Зниження витрат на виготовлення і реалізацію одиниці продукції або послуги можливо тільки двома шляхами: або за рахунок мобілізації резервів технології, що вже використовується, або за рахунок освоєння нової технологічної цепі або нових елементів в старій технологічній цепі. При цьому мається на увазі, що, освоєння нової техніки, технології, як і нових методів організації та управління виробництвом і збутом продукції визначається ефективністю інноваційної діяльності, реалізованої підприємством.

По-четверте, максимізація обсягів реалізації продукції або послуги. Слід зазначити, що збільшення обсягів реалізації продукції в найменшій мірі, залежить від зусиль підприємства хоча і є певні важелі впливу на споживчий попит. Виділимо два основних напрями: збільшення обсягів реалізації старої (яка вже випускалася на даному підприємстві) продукції і нової продукції. У свою чергу, збільшення обсягів реалізації старої продукції можливе за рахунок проведення комплексу маркетингових заходів, спрямованих на стимулювання збуту (реклама, лотереї, конкурси, розпродаж і т. ін.), вихід на нові ринки зі старою (для даного підприємства) продукцією, а також за рахунок підвищення споживчої привабливості продукції. У даному випадку під споживчої привабливістю мається на увазі сукупність параметрів продукції, що відображають її здатність задовольняти як вже існуючі, так і нові, в тому числі приховані (неусвідомлені) вимоги споживачів. У свою чергу, споживча привабливість включає такі елементи, як ціна продукції, якість і додаткові функції продукції. Підвищення споживчої привабливості означатиме привабливу з точки зору споживачів зміну вищезазначених елементів. Вочевидь, що діяльність, пов'язана з підвищенням якості продукції, що випускається, а також надання їй нової функції є інноваційною. У свою чергу, випуск нової продукції є також результатом інноваційної діяльності. Таким чином, збільшення обсягів реалізації продукції або

послуги також багато в чому досягається за рахунок відповідних інноваційних перетворень.

Таким чином інновації – це нові ідеї, реалізовані з метою підвищення прибутку, як для компанії, так і для споживача. Вони можуть приймати різну форму (рис.1) [2]



Рис. 1 – Класифікація інновацій по напрямкам впливу на збільшення прибутку підприємства

З метою підвищення ефективності функціонування підприємства інноваційна діяльність повинна забезпечувати:

- найбільш повне і своєчасне задоволення потреб;
- конкурентоспроможність підприємства за показниками якості продукції та ефективності виробництва, досягнення балансу між стабільністю (управління традиційною технологією) і зусиллями по впровадженню нової технології. Зберігаючи традиційну продуктивну технологію, необхідно частину ресурсів

одночасно спрямовувати на впровадження нової технології, диверсифікуючи тим самим набір технічних засобів;

- ефективність у широкому спектрі радикальності нововведень і гнучке пристосовування як до еволюційних (нововведень, що постійно реалізуються), так і радикальних, періодично здійснюваних нововведень. При цьому слід забезпечувати поєднання безперервного управління еволюційними технологічними нововведеннями і програмним управлінням радикальними нововведеннями;

- організацію взаємодії внутрішніх і зовнішніх елементів системи розвитку, головними чинниками якого є система інформації про ринок нововведень, відбір проектів з числа альтернатив і взаємна зацікавленість.

Безумовно, інновація спирається на задоволення певних суспільних потреб, але разом з тим підвищення ефективності використання окремих ресурсів або підвищення ефективності окремих виробничих підрозділів, або підвищення ефективності підприємства в цілому в результаті впровадження нововведення і отримання нововведення відбувається далеко не завжди. На кінцевий успіх інновації, що виражається в отриманні економічного ефекту або підвищенні ефективності функціонування підприємства, впливає сукупність різних факторів (економічних, юридичних, технічних, ринкових та ін), вплив яких надзвичайно складно спрогнозувати.

Висновки. Проведений аналіз показав, що інновації дають можливість підприємству підвищити прибуток, забезпечуючи конкурентоспроможність продукції, знизити ризик банкрутства в перехідний період, забезпечити економічну стійкість. Останнє є узагальнюючим чинником виживання підприємства серед конкурентів, так як визначає ступінь підготовленості до змін зовнішнього середовища. Забезпечуючи тим самим меншу залежність від зовнішнього середовища, економічна стійкість у свою чергу знаходиться під впливом інноваційної сфери діяльності. Звідси випливає, що економічна стійкість тим вище, чим вище прибуток, який залежить від ступеня впровадження інновацій.

Список літератури: 1. “Економіка підприємства”: Підручник/ За ред.. *А.В. Шегди* – К.: Знання, 2006 – 614 с. 2. *Алексеев М.* Сущность и роль инноваций в условиях рыночной экономики // Экономика Украины. – 2002. - №11.3. *О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін.* **Економіка і організація інноваційної діяльності: Підручник.** – К.: ВД „Професіонал”, 2004. – 960 с. 4. *Бланк И.А.* Управление прибылью. – Киев: НикаЦентр, Эльга, 1998. – 544с. 5. *І.О.Семернікова, Н.В.Мешкова-Кравченко* “Економіка підприємства”: Навч. посібник– Херсон, ХДГУ, 2003. – 292 с.

Подано до редакції 11.01.2011