

Bondar A. V.
Sumy State University

THE ROLE OF SOCIAL AND SOLIDARITY FINANCING IN THE SYSTEM OF SOCIO-ECONOMIC RELATIONS

Summary

The content of social united financing, as well as its main principles and forms of functioning in the system of social and economic interaction, are analysed in the article.

Keywords: social united financing, financing convention, cooperation, social and united system, P2P crediting, crowdfunding.

УДК 658.14

Єпіфанова І. Ю.
Вінницький національний технічний університет

ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Систематизовано підходи до визначення прибутку. Проаналізовано рівень прибутку вітчизняних підприємств. Визначено місце прибутку в управлінні інноваційною діяльністю.

Ключові слова: прибуток, інноваційна діяльність, фінансування.

Постановка проблеми. Для будь-якого суб'єкта господарської діяльності велике 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.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження питань управління прибутком підприємства зробили такі провідні економісти, як: Р.Р. Антонюк, М.М. Бердар, І.О. Бланк, В.М. Гриньова, Л.Ю. Кучер, М.Ф. Огійчук, А.М. Поддєрьогін, Л.О. Чорна, Н.Б. Ярошевич, О.В. Хмелевський. Питання, пов'язані з інноваційною діяльністю, неодноразово розглядали О.Ф. Андросова, Л.Л. Антонюк, М.П. Войнаренко, А.М. Поручник, В.С. Савчук, В.П. Соловійов, П.С. Харів, А.В. Череп та ін.

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

Мета статті полягає у дослідженні та систематизації підходів до визначення місця прибутку в управлінні інноваційною діяльністю підприємства.

Виклад основного матеріалу 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 в 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 суспільно корисної діяльності. Прибуток характеризує кінцевий результат діяльності підприємства в абсолютному вираженні, а рентабельність покаже її міру ефективності, 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]. Нині в літературі існують різні підходи до визначення сутності поняття прибутку (табл. 1).

Отже, узагальнюючи наявні 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 упродовж здійснюваної ризикової та суспільно корисної діяльності.

У цілому існують різні підходи до класифікації прибутку, проте для оцінювання діяльності підприємства важливим є визначення прибутку від певних видів діяльності та чистого прибутку й нерозподіленого прибутку. Важливість двох останніх видів прибутку пов'язана з тим, що саме нерозподілений прибуток є джерелом фінансових ресурсів підприємства, яке використовується для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства та забезпечення його стійкого розвитку.

Величина прибутку формується під впливом чинників різноманітного характеру, які поділяють на екзогенні та ендогенні (рис. 1).

Отже, як видно з рис. 1, ендогенні фактори поділяються на основні та другорядні. Другорядні

ними є ті фактори, які пов'язані з порушенням господарської дисципліни. Одним з основних факторів зростання прибутку є обсяг продажу продукції, адже прибуток постійно займає певну частку в ціні товару, тому зростання обсягу продажу товарів дає змогу отримувати великий прибуток. Своєю чергою, розширення асортименту сприяє зростанню обсягу продажів.

З табл. 2 видно, що у цілому на вітчизняних підприємствах спостерігається негативна динаміка не лише скорочення нерозподіленого прибутку, а й отримання непокритого збитку.

Така ситуація свідчить про проїдання власних коштів та відсутність власних джерел фінансових ресурсів для підвищення рівня конкурентоспроможності, що є досить негативним явищем. Зрос-

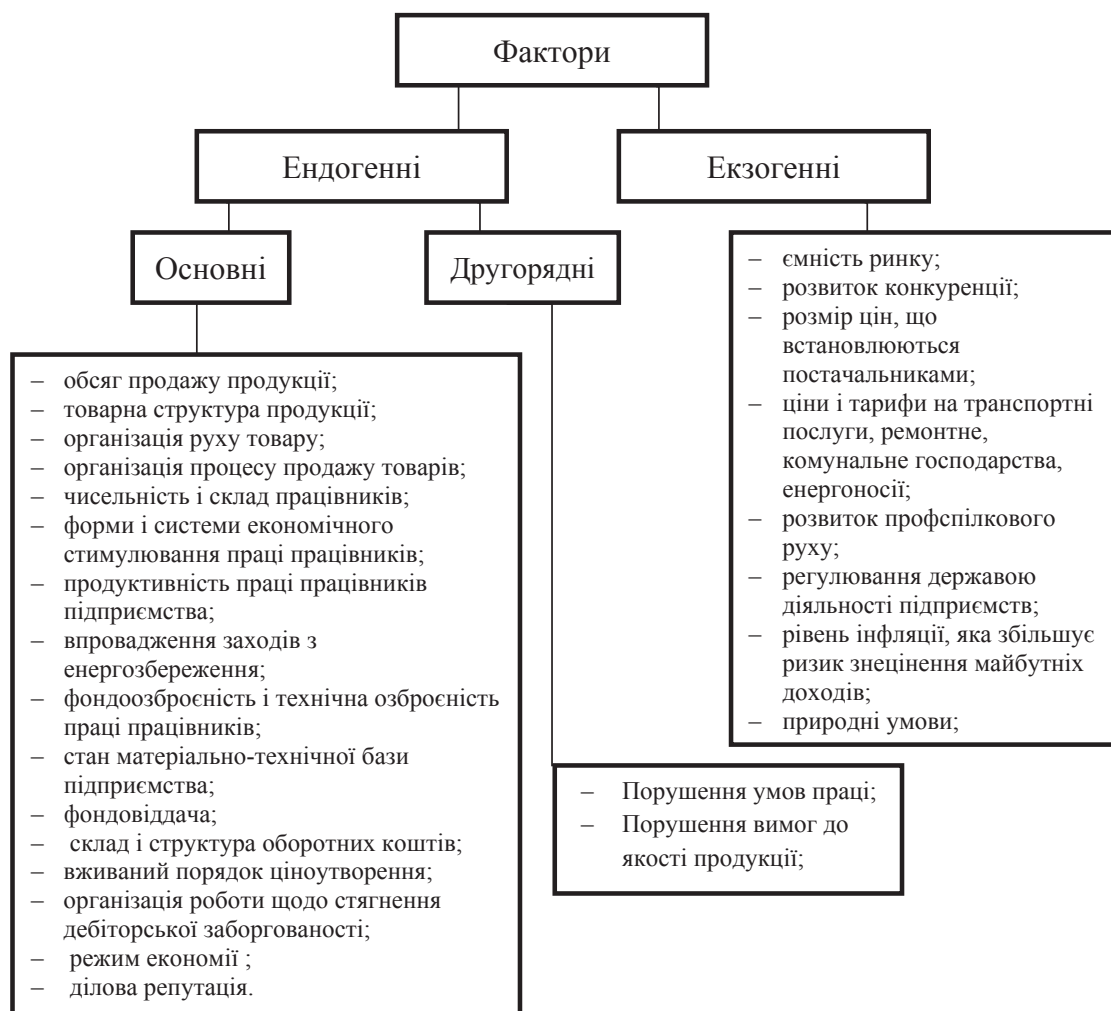


Рис. 1. Класифікація факторів, що впливають на величину прибутку підприємства
Джерело: складено за [3; 4; 7; 8]

Таблиця 1

Систематизація підходів до визначення сутності прибутку

Автор	Прибуток – це
А. Сміт [2]	продукт праці, який привласнюється власником засобів виробництва
І.О. Бланк [3]	виражений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, який становить різницю між сукупним доходом і сукупними витратами в процесі здійснення підприємницької діяльності.
Н.В. Прохар [4]	різниця між доходами, отриманими підприємством за відповідний період унаслідок своєї діяльності, та витратами, здійсненими за той же період для забезпечення цієї діяльності
П(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [5], А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк, Т.С. Смовженко [6]	сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати
А.М. Поддєрьогін [7]	частина додаткової вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу; форма прояву вартості додаткового продукту
А.І. Орехова [8]	дохід на вкладений капітал, який є винагородою підприємця за ризик, мотив його діяльності та який розраховують як різницю між сукупним доходом і сукупними витратами
А.А. Мазаракі [9]	різниця між ціною реалізації та собівартістю продукції, між обсягом отриманого виторгу та сумою витрат на виготовлення та реалізацію продукції

Джерело: складено автором за [2]

тання прибутку і, як наслідок, підвищення показників рентабельності підприємства мають 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, вдосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування. Найважливішим джерелом створення й утримання конкурентних переваг підприємства є виявлення і використання нової науково-технічної продукції під час здійснення інноваційної діяльності, яка є результатом інтелектуальної, наукової та інженерно-технічної творчості фахівців [11]. Висока конкурентоспроможність дає змогу отримувати прибутки і надприбутки, 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 упроваджуватися у різноманітних формах: розробленні нових видів продукції, використанні енергозберігаючих інноваційних технологій, упровадженні 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, учений 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 [12].

Власними джерелами фінансування інноваційної діяльності, як правило, виступають нерозподілений прибуток та амортизаційні відрахування, внески засновків у збільшення зареєстрованого капіталу [13]. Як видно з рис. 2, саме власний капітал є основою фінансування інноваційної діяльності вітчизняних підприємств упродовж 2006–2016 рр.

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

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

Інноваційній діяльності передують процес зародження ідеї, яка потім поступово трансформується в інновацію. Ідея інноваційного продукту виникає

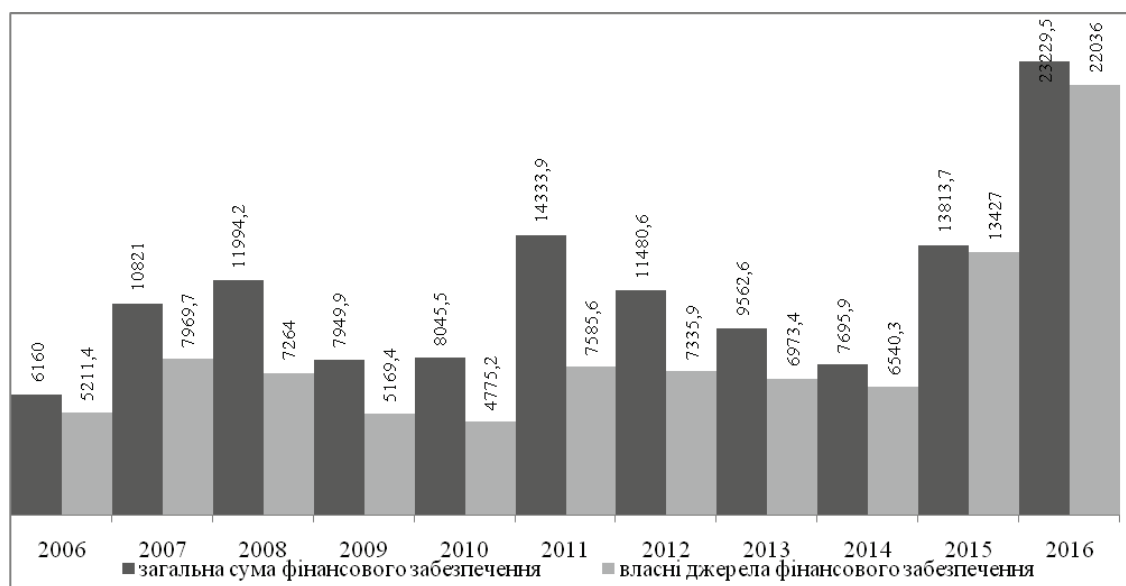


Рис. 2. Динаміка джерел фінансування інноваційної діяльності вітчизняними підприємствами (млн. грн.)

Джерело: складено за даними [10]

Таблиця 2

Динаміка власного капіталу та нерозподіленого прибутку вітчизняних підприємств*

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
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

* станом на кінець року

Джерело: сформовано автором на основі даних [10]

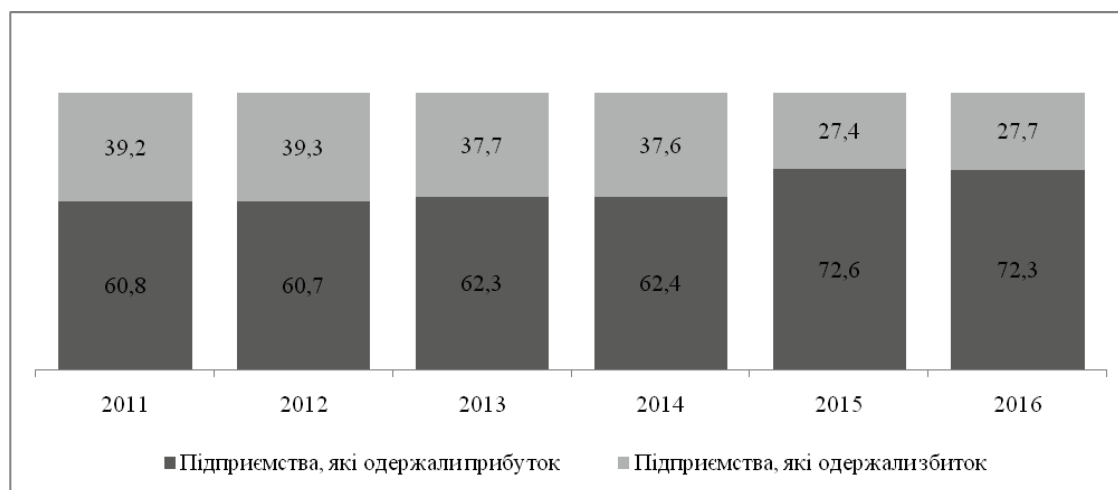


Рис. 3. Чистий прибуток промислових підприємств

Джерело: складено за даними [10]

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 і щодо суттєвого вдосконалення 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 утілюються в реальний інноваційний продукт, що спричинено низкою факторів.

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 із поглядом підвищення прибутковості доречним є використання й таких інновацій, як маркетингові. Маркетингові інновації передбачають використання інновацій у маркетингу в процесі створення та розповсюдження товарів. Перше фундаментальне дослідження у цьому напрямі здійснене Теодором Левіттом, який у 1962 р. вивчав можливості зростання та отримання прибутку через маркетингову інновацію [14]. Т. Левітт указував на недооцінку маркетингових інновацій, наголошував на значенні нових маркетингових методів для розвитку бізнесу й уперше 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, а й у певних випадках можуть замінювати одна одну, тобто можуть розглядатися як субститути [15]. Саме тому, зважаючи на обмеженість фінансових ресурсів для впровадження технологічних інновацій, одним із перспективних напрямів підвищення рівня рентабельності вітчизняних підприємств може стати маркетингова інновація.

Досить важливим також є використання прибутку для 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 [16]. 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, складником гудвілу, який за умілого керівництва компанією може принести суттєве зростання прибутку, а в кінцевому підсумку – конкурентоспроможності та ринкової вартості підприємства.

Суттєвою перевагою інтелектуального капіталу є те, що він носить ексклюзивну форму та має досить високу додану вартість порівняно з іншими ресурсами, які є в розпорядженні підприємства. Саме тому менеджменту підприємств варто велику увагу приділяти не лише рівню освіти працівників, а й їх креативності та здатності до нестандартного мислення. Для цього досить корисним є проведення регулярних тренінгів, навчань, стажувань, колективних мозкових штурмів тощо.

На особливу увагу заслуговує фінансування інноваційних проектів, спрямованих на енергозбереження. Питання енергозбереження є актуальним на будь-якому рівні як у 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 [17].

У цілому енергозбереження на підприємстві може впроваджуватися 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 цих заходів передують проведення аудиту, метою якого є пошук напрямів неефек-

тивного використання ресурсів, напрямів економії ресурсів. При цьому підприємство для впровадження енергозберігаючих технологій може використовувати як вітчизняні та світові розробки, так і впроваджувати власні.

Сучасний стан розвитку науково-технічного прогресу все більшою мірою дає змогу застосовувати інновації у 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 витратання енергетичних ресурсів може бути здійснене як за рахунок власних коштів підприємств, так і шляхом використання державних цільових програм, коштів міжнародних інвесторів та організацій.

Висновки. Отже, систематизація наявних 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 упродовж здійснюваної ризикової та суспільно корисної діяльності. На величину прибутку впливає значна кількість факторів. Доведено, що прибуток має велике значення у фінансовому забезпеченні інноваційної діяльності. Активне впровадження інновацій сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємств, що в кінцевому підсумку сприятиме зростанню рівня прибутку та ринкової вартості майна підприємства. Вітчизняним промисловим підприємствам доцільно більше уваги приділяти маркетинговим інноваціям, інтелектуальному капіталу та інноваціям в енергозбереженні.

Список використаних джерел:

1. Фінансовий аналіз та звітність : [практикум] / І.Ю. Єпіфанова, В.В. Джеджула. – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 143 с.
2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М. ; Л., 1935. – 112 с.
3. Бланк И.А. Управление прибылью / И.А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 1998. – 544 с.
4. Прохар Н.В. Облік доходів, витрат і фінансових результатів: проблеми теорії та практики : [монографія] / Н.В. Прохар, Ю.О. Ночовна. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 257 с.
5. Загальні вимоги до фінансової звітності : Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 1 від 07.02.2013 № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#n17>.
6. Загородній А.Г. Фінансовий словник / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк, Т.С. Смовженко ; 4-е вид., випр. та доп. – К. : Знання. – 566 с.
7. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств : [підручник] / А.М. Поддєрьогін ; 6-е вид., перероб. і виправ. – К. : КНЕУ, 2012. – 552 с.
8. Орехова А.І. Економічна сутність категорії «прибуток» / А.І. Орехова // Інноваційна економіка. – 2013. – № 7. – С. 313–316.
9. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства : [підручник] / А.А. Мазаракі ; за ред. Н.М. Ушакової. – К. : Хрещатик, 1999. – 800 с.
10. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
11. Джеджула В.В. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств / В.В. Джеджула, І.Ю. Єпіфанова, О.Г. Цвик // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – № 4. – С. 5–8.
12. Портер М. Конкуренция / М. Портер ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2005. – 608 с.
13. Єпіфанова І.Ю. Власний капітал у системі фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємств / І.Ю. Єпіфанова // Проблеми економіки. – 2016. – № 3. – С. 239–244.
14. Levitt T. Innovation in Marketing: New Perspectives for Profits and Growth. New York / T. Levitt // McGraw Hill. – 1962. – 253 p.
15. Marketing Innovation and R&D Capabilities – More Than One Way to Innovation Success? / M. Bhargava, R. Chatterjee, C. Grimple, W. Sofka [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://iri.jrc.ec.europa.eu/concord-2011/papers/Bhargava_Mukesh.pdf.
16. 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.
17. Джеджула В.В. Енергозбереження промислових підприємств: методологія формування, механізм управління : [монографія] / В.В. Джеджула. – Вінниця : ВНТУ, 2014. – 347 с.

Єпіфанова І. Ю.

Винницький національний технічний університет

ПРИБЫЛЬ ПРЕДПРИЯТИЙ В УПРАВЛЕНИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Резюме

Систематизированы подходы к определению прибыли. Проанализирован уровень прибыли отечественных предприятий. Определено место прибыли в управлении инновационной деятельностью.

Ключевые слова: прибыль, инновационная деятельность, финансирование.

Yepifanova I. Yu.

Vinnitsia National Technical University

THE PROFIT OF ENTERPRISES IN THE MANAGEMENT OF INNOVATIVE ACTIVITY

Summary

The approaches to profit definition are systematized. The level of profit of domestic enterprises is analysed. The place of profit in the management of innovation activity is determined.

Keywords: profit, innovative activity, financing.