

Кулиш Т.В. Роль инноваций в формировании стратегии планирования прибыли предприятия/ Т.В. Кулиш // Сборник статей Всерос. науч.-практ. конф. [«Экономика и управление предприятиями, отраслями, комплексами в условиях инновационного развития»], (Тверь, 21 октября 2013 г.) / Тверской государственный технический университет. – Тверь: ТвГТУ, 2013. — С. 124-127. (0,16 д.а.).

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ФОРМИРОВАНИИ СТРАТЕГИИ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Кулиш Татьяна Владимировна
кандидат экономических наук, доцент
Таврический государственный агротехнологический университет
г. Мелитополь, Украина*

Данная проблема является особенно актуальной, ведь в условиях европейской интеграции именно прибыль является одним из важнейших экономических категорий, что обеспечивает расширенное воспроизводство на основе самофинансирования; повышает конкурентоспособность предприятия; способствует развитию научно-технического прогресса, материальной базы, всех форм инвестирования и является основной стратегической целью и условием функционирования предприятия в рыночной экономике; является источником уплаты налогов и обеспечивает объединение интересов государства, предприятия, работников, собственников.

Стратегическое планирование - процесс осуществления совокупности систематизированных и взаимосогласованных работ по определению долгосрочных (на определенный период) целей и направлений деятельности предприятия [1].

Первым, наиболее существенным и окончательным решением стратегического планирования является выбор целей. Основную цель предприятия принято называть миссией. Выбор миссии предприятия осуществляется с учетом воздействия факторов внешней среды.

Исходя из общей миссии предприятия формулируют его другие стратегические цели. После определения миссии и целей начинается диагностический этап стратегического планирования. Разработка стратегии предприятия и ее соблюдение является важной предпосылкой достижения позитивных результатов деятельности предприятия.

При этом необходимо использовать систему методов стратегического управления, целью которых будет повышение эффективности деятельности предприятия. Стратегическое планирование прибыли включает в себя детальный анализ внешних и внутренних факторов, имеющих влияние на экономическую эффективность предприятия и на основе этого анализа разработку алгоритма функционирования и развития предприятия в будущем с целью достижения оптимального соотношения "прибыль - риск"[3]. Важным этапом стратегии планирования прибыли является взвешенная оценка конкурентоспособности как предприятия, так и его конкурентов. При этом должны учитываться и соответствовать особенности развития предприятия и его конкурентов, их региональные и отраслевые особенности на различных уровнях.

В современных экономических условиях, конкурентоспособность является основой долговременного и эффективного бизнеса, что дает уверенность в будущих успехах каждого субъекта предпринимательской деятельности. В рыночных условиях хозяйствования право на существование имеют только конкурентоспособные предприятия. Конкурентоспособность представляет собой одну из базовых экономических категорий, которая определяет способность предприятия адаптироваться к внешним условиям функционирования с достижением максимальной эффективности.

При разработке стратегии планирования прибыли необходимо учитывать, что из макроэкономических факторов влияние на уровень прибыли предприятия и его

конкурентные позиции имеют: социально - демографические условия, характер государственного регулирования экономики, конъюнктура мирового рынка соответствующего вида продукции, уровень платежеспособного спроса населения и т.д. На мезоуровне влияние на уровень прибыли предприятия имеют следующие факторы: основные экономические, технические характеристики и структура отрасли, в которой функционирует предприятие, удельный вес продукции отрасли в народнохозяйственных и международных показателях, состоянии внутренней конкурентной среды в отрасли, роль и место предприятия в деятельности соответствующей отрасли. На микроуровне в процессе стратегического планирования прибыли необходимо учитывать качество и цену продукции (работ, услуг), инноватизацию производства и предприятия в целом, ассортимент продукции и его соответствие требованиям рынка, квалификацию и уровень мотивации работников, финансово - экономическое состояние предприятия и т.д.

Отдельно нужно акцентировать внимание на прямой взаимосвязи и взаимозависимости таких экономических категорий, как инноватизация, качество прибыли и конкурентоспособность предприятия. Следует отметить, что понятие инноватизация производства представляет собой постоянный процесс привлечения и внедрения инноваций в производство, который является комплексным, системным и базируется на качественных изменениях в производительных силах и производственных отношениях, обеспечивающих текущее и перспективное рост конкурентоспособности предприятия и повышения его экономической эффективности[2].

Большое внимание при разработке стратегии планирования прибыли современных предприятий уделяется показателям, которые учитывают величину прибыли. Однако, разработка стратегии планирования прибыли предприятия должна базироваться на использовании системы показателей, направленные на оценку не только величины, но и качества прибыли. Качество прибыли отражается, прежде всего, в организационно - техническом и технологическом потенциалах предприятия, уровне квалификации кадров, развитой системе социально - экономических отношений, оптимальности использования всех производственных ресурсов.

Необходимо разработать систему планирования, которая бы учитывала тесную взаимосвязь показателей, характеризующих инноватизацию предприятия, качество прибыли, конкурентоспособность предприятия, отражен на рис. 1.

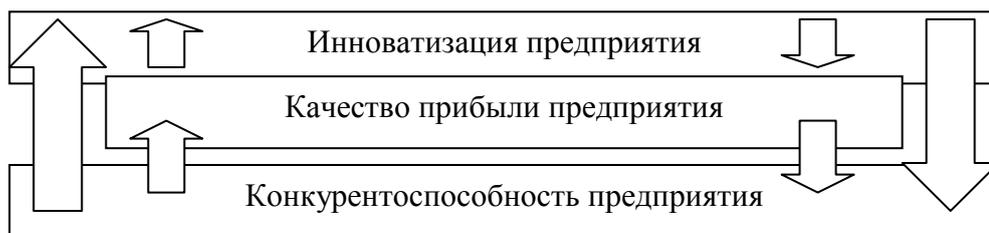


Рис. 1. Взаимосвязь показателей, характеризующих инноватизацию предприятия, качество прибыли, конкурентоспособность предприятия.

Следовательно, формирование стратегического плана прибыли является необходимым и обязательным, поскольку посредством составления такого плана руководство предприятия имеет возможность оценить свое внешняя и внутренняя среда, определить сильные и слабые стороны своей будущей деятельности, проанализировать деятельность конкурентов и оценить конкурентоспособность своей продукции, оптимально распределить свои финансовые ресурсы. Он является основой повышения конкурентоспособности предприятия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Щелкунов В.И. Деловые стратегии и менеджмент Украины XXI века.-К.-Научная мысль, 2012.-415с.,

2. Турило А.М.Зинченко А.А. Инновации - сущность и теоретические характеристики// Актуальные проблемы экономики. - 2010. - №5. - С.76-79.

3. Герасимчук В.Г. Стратегическое управление предприятием. Графическое моделирование: учеб. пособие.-К.: КНЭУ,2010.- 360с.

4. Шершнева З.Є., Оборська С. В. Стратегическое управление: учеб. пособие:- К.: КНЭУ, 2002.-384с.