

бухгалтерського обліку, дають можливість:

- отримати попередній висновок про наявність інноваційних проектів на підприємстві;

- сформулювати рішення щодо можливості фінансового забезпечення інноваційно-інвестиційних проектів та програм, тобто джерел фінансування інноваційних витрат і наявність відповідної технічної бази підприємства для впровадження інноваційних змін;

- виявити форми інвестиційної діяльності, які існують на підприємстві;

- показати зміни у динаміці виробництва та збуту продукції підприємства в порівнянні з попереднім періодом.

Таким чином, для проведення аналізу інноваційних проектів і програм мало керуватись загальними економічними показниками фінансової звітності, структура оцінки та розкриття інформації щодо інноваційної діяльності повинна базуватись на деталізації й аналітичній оцінці похідних від загальних бухгалтерських показників, що характеризують наявність на підприємстві інноваційних процесів.

Література:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Баланс» – Наказ Міністерства фінансів України від 31.03.1999 р. № 87 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua> (15.10.2012 р.);

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3 «Звіт про фінансові результати» – Наказ Міністерства фінансів України від 31.03.1999 р. № 87 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua> (15.10.2012 р.);

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 4 «Звіт про рух грошових коштів» – Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р. № 87 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua> (15.10.2012 р.).

УДК 658.59

Микитюк П.П.,

д.е.н., професор кафедри менеджменту
організацій та інноваційного підприємництва,
Тернопільський національний економічний університет

АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ: НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ

На нашу думку, комплексний аналіз інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства має охоплювати п'ять етапів аналізу, функціонально пов'язаних між собою (рис. 1).



Рис. 1. Схема комплексного аналізу інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств

Перший та другий етапи інтегровані в процес формування стратегічної політики підприємства на основі аналізу факторів внутрішнього і зовнішнього середовищ. На даних етапах аналізують можливі варіанти розвитку підприємства та визначають його можливості, потреби в інвестиціях, шукають можливі альтернативи інвестування. Одночасно з цим оцінюють роль власного капіталу у формуванні й розвитку інвестиційно-інноваційного потенціалу. Потім аналізують вплив основних техніко-економічних факторів на зміну структури інвестиційно-інноваційного потенціалу протягом звітного періоду порівняно з попереднім та виявляють внутрішньогосподарські резерви зростання інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємства.

На третьому етапі здійснюють оперативний аналіз інвестиційно-інноваційної діяльності, що має такі складові (рис. 2). У процесі аналізу поточної інвестиційно-інноваційної діяльності розраховують показники ефективності поточної інвестиційно-інноваційної діяльності: просту норму прибутку на акціонерний капітал, коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт використання витрат підприємства на інноваційну діяльність, коефіцієнт співвідношення придбаних і самостійно розроблених інновацій тощо й аналізують поточні витрати на НДДКР, придбання нематеріальних активів і основних засобів на основі динаміки зміни величини витрат на інноваційну діяльність та кількості інвестиційно-інноваційних проєктів, що перебувають у розробці підприємства, у звітному періоді порівняно з попереднім.



Рис. 2. Схема оперативного аналізу інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства

Виявляють вплив основних факторів на зміну цих показників. Потім конкретизують внутрішні резерви підвищення інвестиційно-інноваційної активності підприємства.

На етапі аналізу результативності інвестиційно-інноваційної діяльності визначають результативність інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства за допомогою розрахунку відповідних показників (коефіцієнт збалансованості грошових потоків, показник частки прибутку від інноваційної діяльності в загальному обсязі прибутку підприємства та ін.). Аналізують динаміку показників порівняно з попередніми періодами, оцінюють ефективність реалізованих підприємством інновацій та їхнього впливу на показники ефективності функціонування підприємства, водночас виявляють можливі резерви поліпшення цих показників.

Наступний етап – аналіз надійності підприємства, а саме фінансових результатів підприємства, деталізований аналіз за його підсистемами (у т. ч. інвестиційно-інноваційної підсистеми) й аналіз загальних вхідних, вихідних грошових потоків. Також здійснюють факторний аналіз впливу ефективності інвестиційно-інноваційної діяльності на рівень надійності підприємства, на рівень його платоспроможності, рентабельності, ділової активності, ліквідності балансу тощо.

Етап ретроспективного аналізу, необхідний для формування інформаційної бази і створення передумов для стратегічного управління. Він охоплює оцінку кількісних та якісних показників, що відображають ефективність інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства.

На завершальному етапі аналізують причини, що стримують інвестиційно-інноваційний розвиток, і це дає змогу розробити заходи для подальшого розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності; підбиваються підсумки інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства у порівнянні з попереднім періодом.

Таким чином, можна зробити висновок, що роль і значення інвестиційно-

інноваційної діяльності повною мірою виявляється у відтворювальному процесі підприємств. Сучасні умови економічного розвитку вимагають від підприємств не тільки активізації інвестиційно-інноваційної діяльності, але й удосконалення методів її організації, правильний вибір стратегії й пріоритетів розвитку інноваційної сфери, зокрема, за рахунок виявлення та використання ресурсів, спрямованих на підвищення ефективності її проведення. Це можна зробити за допомогою економічного аналізу інноваційної діяльності, що дасть можливість керівникам підприємств виявити як сильні, так і слабкі сторони цієї діяльності, дозволить приймати раціональні управлінські рішення та ефективно керувати не тільки інвестиційно-інноваційною діяльністю, але й підприємством в цілому.

УДК 311.2

Надвиничний О.А.,
аспірант кафедри економічного аналізу і статистики,
Тернопільський національний економічний університет

ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Зміни в ринковому середовищі та потреба в пристосуванні підприємств до них вимагають особливої уваги до здійснення маркетингової діяльності та її аналізу. Це пов'язано з тим, що бізнес-процес “Маркетинг” знаходиться під інтенсивним впливом динамічного ринкового середовища та інших бізнес-процесів підприємства.

Маркетинг як бізнес-процес в практичній діяльності підприємств-виробників-виробників віконних профілів реалізує наступні основні функції:

- організація і здійснення маркетингових досліджень (аналіз і прогнозування ринку, вивчення потреб, побажань споживачів, дослідження маркетингових стратегій конкурентів);
- розробка стратегії маркетингу (аналіз поточної стратегічної позиції на ринку, визначення маркетингових цілей, розробка стратегії маркетингу);
- формування товарної політики (прийняття рішень про розширення товарного портфелю, розробку нових продуктів, зняття товарів з виробництва; планування асортименту продукції);
- створення брендів (упаковка, назва, органолептика);
- розробка цінової політики (вивчення необхідної інформації для прийняття рішень щодо цін, розробка цінової стратегії, визначення цін на товари, прийняття рішень щодо зміни ціни);
- формування політики розподілу (вибір стратегій комунікацій у каналах розподілу та їх реалізація);