

Мале та середнє банківництво в умовах становлення ринкової моделі в Україні : зб. наук. праць. – Львів : Вид-во ІРД НАН України. – 2004. – Вип. 6. – С. 164-171.

5. Проблемы развития банковского дела в России и Украине : сб. научных трудов / под общ. ред. Ю.И. Коробова; Саратовский гос. социально-экономический ун-т, Севастопольской филиал. – Севастополь : Вид-во "Вебер", 2010. – 116 с.

6. Мале та середнє банківництво в умовах становлення ринкової системи в Україні : зб. наук. праць / відп. ред. М.І. Долішній. – Львів, 2004. – 511 с.

**Лукановская И.Р. Развитие инновационности в секторе малого бан- ководства Украины**

Проанализированы и представлены наиболее востребованные и успешные ин- новации для малого банка на современном банковском рынке. Установлено, что при- менение инновационной стратегии развития малого банка поможет совершенствовани- ю банковского менеджмента и развитию банковской системы вообще.

**Ключевые слова:** инновации, малые банки, банковский рынок, банковский про- дукт.

**Lukanovska I.R. Innovation development sector of small banks.**

In this article analyzes the most desired and successful innovations for small bank in the modern banking market. Present the most desired and successful innovation for small banks in the modern banking market. It is set that the use innovation strategy for small banks will help improve bank management and development of the banking system in ge- neral.

**Keywords:** innovation, small banks, banking market, banking product.

УДК 65.011.4:061.5

Доц. Н.Г. Міценко, канд. екон. наук;  
доц. І.П. Міщук, канд. екон. наук – Львівська КА

**ЕФЕКТИВНІСТЬ І РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ  
ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА: ОЦІНКА ТА ПЛАНУВАННЯ**

Розглянуто сутність ефективності та результативності діяльності торговельного підприємства. Висвітлено методичні підходи до оцінки та планування показників ре- зультативності діяльності. Запропоновано структурно-логічну схему планування фін- ансових результатів торговельного підприємства.

**Ключові слова:** ефективність діяльності, результативність діяльності, ефект, оцінка результативності діяльності торговельного підприємства, планування фінан- сових результатів торговельного підприємства.

**Вступ.** Однією з актуальних проблем діяльності торговельних під- приємств в умовах фінансово-економічної кризи є оцінювання та планування її результативності та ефективності, забезпечення отримання достатніх фінансо- вих результатів для виживання та розвитку підприємств. При цьому наголоси- мо, що фінансовими їх називають тому, що вони є певною сумою коштів, яка формується у процесі всіх видів діяльності підприємства, а потім розподі- ляється між підприємством, державою, інвесторами, кредиторами, власниками та іншими контрагентами [2, с. 24]. Основні види фінансових результатів торго- вельного підприємства представлено в табл. 1.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблеми дослідження ре- зультатів діяльності торговельних підприємств вивчали вітчизняні та зарубіжні економісти І. Бланк, В. Бочаров, В. Власова, А. Гінзбург, Л. Кравченко, М. Крейніна, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, І. Мелушова, В. Мец, Л. Омелянович, Г. Савицька, А. Садеков, А. Фрідман, Л. Фролова, А. Шеремет та інші. Разом з

тим, їх рекомендації стосовно оцінки та планування прибутку торговельних під- приємств потребують уточнення та адаптації до умов господарювання, що іс- тотно змінилися внаслідок цього впливу фінансової кризи.

**Табл. 1. Види фінансових результатів діяльності торговельного підприємства**

Види фінансових результатів	Визначають за "Звітом про фінансові результати" як різниця між	
	доходами	витратами
Фінансовий результат від основ- ної операційної діяльності (реалі- зації товарів та надання послуг)	чистий дохід (виторг) від реалізації товарів та надання послуг	собівартість реалізованих товарів та наданих послуг; адміністра- тивні витрати; витрати на збут
Фінансовий результат від ін- шої операційної діяльності	інші операційні доходи	інші операційні витрати
Фінансовий результат від операційної діяльності	Фінансовий результат від основної операційної діяльності + Фінансовий результат від іншої опера- ційної діяльності	
Фінансовий результат від іншої звичайної діяльності	дохід від участі в ка- піталі; інші фінансові доходи; інші доходи	втрати від участі в капіталі; фінансові витрати; інші витрати
Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування	Фінансовий результат від операційної діяльності + Фінансовий результат від іншої звичайної діяльності	
Фінансовий результат від звичайної діяльності	–	податок на прибуток від звичайної діяльності
Фінансовий результат від надзвичайної діяльності	надзвичайні доходи	надзвичайні витрати; податок з надзвичайного прибутку
Кінцевий фінансовий результат (чистий прибуток чи збиток)	Фінансовий результат від звичайної діяльності + Фінансовий результат від надзвичайної діяльності	

**Постановка завдання.** Метою дослідження є вивчення проблеми оці- нювання та планування фінансових результатів діяльності торговельного під- приємства. Для досягнення цієї мети передбачено вирішення таких завдань: розмежувати поняття результативності та ефективності діяльності, розглянути їх види та показники, дослідити методичні підходи до оцінки результативності діяльності в торгівлі, розробити структурно-логічну схему планування фінансо- вих результатів діяльності торговельного підприємства.

**Виклад основного матеріалу.** У вітчизняній та зарубіжній науковій літературі дискусійним є трактування понять "ефект" та "результат" діяльно- сті, а також їх співвідношення. В економічних словниках визначено сутність економічного ефекту як різницю між результатами економічної діяльності та витратами на неї. На нашу думку, результат – це сукупний підсумок розвитку всіх видів діяльності суб'єкта господарювання за певний період часу.

Існує безліч критеріїв, за якими можна виміряти результати діяльності торговельного підприємства. При цьому варто погодитися з думкою В.А. Гро- сул та Н.Е. Аванесової, що результат може характеризувати як позитивні, так і негативні підсумки діяльності підприємства, натомість ефект – результат, що характеризує успішність, корисність функціонування окремого процесу або системи загалом, тобто позитивні тенденції в розвитку суб'єкта господарювання [3, с. 19-20].

Вважаємо, що результативність діяльності торговельного підприємства – це комплексне відображення кінцевих результатів його діяльності під час реалізації товарів за певний проміжок часу, що забезпечується певним рівнем використання його потенціалу. При цьому, згідно з теорією менеджменту, потрібно відрізнити поняття "результативність" та "ефективність", оскільки перше відображає співвідношення результатів (ефекту) з потенціалом (ресурсами) підприємства, а друге – співвідношення результатів з витратами після їх досягнення.

Розглядаючи результативність діяльності торговельного підприємства, варто виокремити такі її види, як соціальна та економічна. Соціальна результативність характеризує вплив використання потенціалу на ступінь задоволення попиту обслуговуваного населення, потреб персоналу підприємства, його власників у засобах і умовах життєзабезпечення. Натомість економічна результативність відображає одержані результати у процесі використання потенціалу підприємства у вигляді обсягу товарообороту, наданих послуг, величини прибутку тощо.

Проведений нами аналіз даних офіційної статистики дав змогу зробити висновки, що у сфері торгівлі як в Україні, так і по Львівському регіону, наявні певні проблеми: зниження обсягів товарообороту та негативна динаміка фінансових результатів унаслідок фінансування розвитку роздрібною торгівлю переважно шляхом кредитування; зростання ринкової концентрації роздрібною торгівлю; висока частка збиткових торговельних підприємств.

Як видно з табл. 2, торговельна діяльність, починаючи з 2008 р., як у Львівській області, так і загалом в Україні стала збитковою. Причому це відобразилося на всіх видах торговельної діяльності: найбільших збитків зазнали підприємства з торгівлі автомобілями та мотоциклами, їх технічного обслуговування та ремонту (48,5 % збитків із цього виду діяльності); найменші збитки відзначено на підприємствах роздрібною торгівлю (20,3 % всіх збитків). У 2009 р., незважаючи на загальну збитковість торговельної діяльності в країні, суми збитків підприємств оптової та роздрібною торгівлю значно скоротилися, а підприємства з торгівлі автомобілями та мотоциклами завершили рік з прибутками. Ознаки стабілізації проявилися і в 2010 р. підприємствами торгівлі отримано 278,3 млн грн прибутку, збитковими залишилися підприємства роздрібною торгівлю.

**Табл. 2. Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування торговельних підприємств Львівської обл. за 2000, 2005, 2008-2010 рр. [4, с. 37]**

Вид економічної діяльності	Прибуток, збиток, млн грн				
	2000 р.	2005 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.
Торгівля автомобілями та мотоциклами, їх технічне обслуговування та ремонт	3,0	6,6	-594,4	48,6	332,7
Оптова торгівля і посередництво в оптовій торгівлі	31,3	201,7	-382,7	-85,7	72,2
Роздрібною торгівлю; ремонт побутових виробів та предметів особистого вжитку	23,9	25,8	-248,2	-146,4	-126,5
Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку (разом)	58,2	234,1	-1225,3	-183,5	278,3

Специфіка торговельної діяльності підприємств Львівщини обумовила різний рівень їх збитковості (табл. 3).

За даними офіційної статистики, протягом 2008-2009 рр. зростала частка збиткових підприємств за всіма видами торгівлі. По Львівщині найвищий рі-

вень збитковості спостерігали в 2009 р. – третина торговельних підприємств була збитковою. Це пояснюють і тим, що фінансовий результат звітного року залежить від результатів діяльності в попередньому році. При цьому були збитковими 37,2 % підприємств із торгівлі автомобілями та мотоциклами, 36,8 % підприємств оптової торгівлі та 26,6 % підприємств роздрібною торгівлю. У 2010 р., порівняно з 2009 р., частка прибуткових підприємств із торгівлі автомобілями та мотоциклами зросла на 1,9 %, а підприємств оптової торгівлі – на 1,2 %. Негативним явищем залишається зростання частки збиткових підприємств роздрібною торгівлю на 2,6 %.

**Табл. 3. Питома вага збиткових торговельних підприємств по Львівській області за 2000, 2005, 2008-2010 рр. [4, с. 40]**

Вид економічної діяльності	Частка збиткових підприємств, %				
	2000 р.	2005 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.
Торгівля автомобілями та мотоциклами, їх технічне обслуговування та ремонт	31,3	30,9	32,4	37,2	35,6
Оптова торгівля і посередництво в оптовій торгівлі	30,5	29,4	33,8	36,8	35,6
Роздрібною торгівлю; ремонт побутових виробів та предметів особистого вжитку	29,2	28,2	26,3	26,6	29,2
Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку (разом)	30,0	29,1	31,2	33,3	33,3

Основною причиною зниження фінансових результатів вітчизняних торговельних підприємств більшість науковців називають невідповідність їх господарського механізму ринковим умовам господарювання, яка посилилася і найбільше проявилася внаслідок кризових явищ в економіці. При цьому для одних підприємств ця невідповідність виявляється через "...несучасний рівень торгово-технологічних процесів; відсутність зв'язку між розмірами та складом матеріально-технічної бази й обсягами та структурою попиту; асортимент та якість товарів, що недостатньо відповідають запитам покупців. Для інших – невідповідність між витратами й роздрібними цінами, між витратами й обсягами реалізації товарів" [1]. Наголосимо, що практично всі вітчизняні торговельні підприємства мають проблеми внаслідок низького рівня управління результативністю діяльності, порівняно із зарубіжними торговельними мережами, які захоплюють споживчий ринок України. У цих умовах питання оцінки та планування фінансових результатів у торгівлі набувають дедалі більшої актуальності.

Значення планування фінансових результатів у процесі розвитку підприємств важко переоцінити. Проте на сьогодні якість планування в Україні загалом перебуває на дуже низькому рівні, що призводить до прийняття неналежаю обґрунтованих управлінських рішень, а отже – до неочікуваних і нерідко небажаних результатів [10, с. 30]. Водночас, належне якісне планування прибутку торговельного підприємства дає змогу забезпечити, з одного боку, фінансування його поточних витрат, податкових виплат, а з іншого – формування чистого прибутку як кінцевого фінансового результату, що забезпечує розвиток підприємства, утримання власників у цій сфері господарювання [2, с. 49].

Дослідження практики планування фінансових результатів на торговельних підприємствах Львівщини та узагальнення результатів наукових досліджень дали змогу нам запропонувати структурно-логічну схему планування фінансових результатів діяльності торговельного підприємства (рис.).

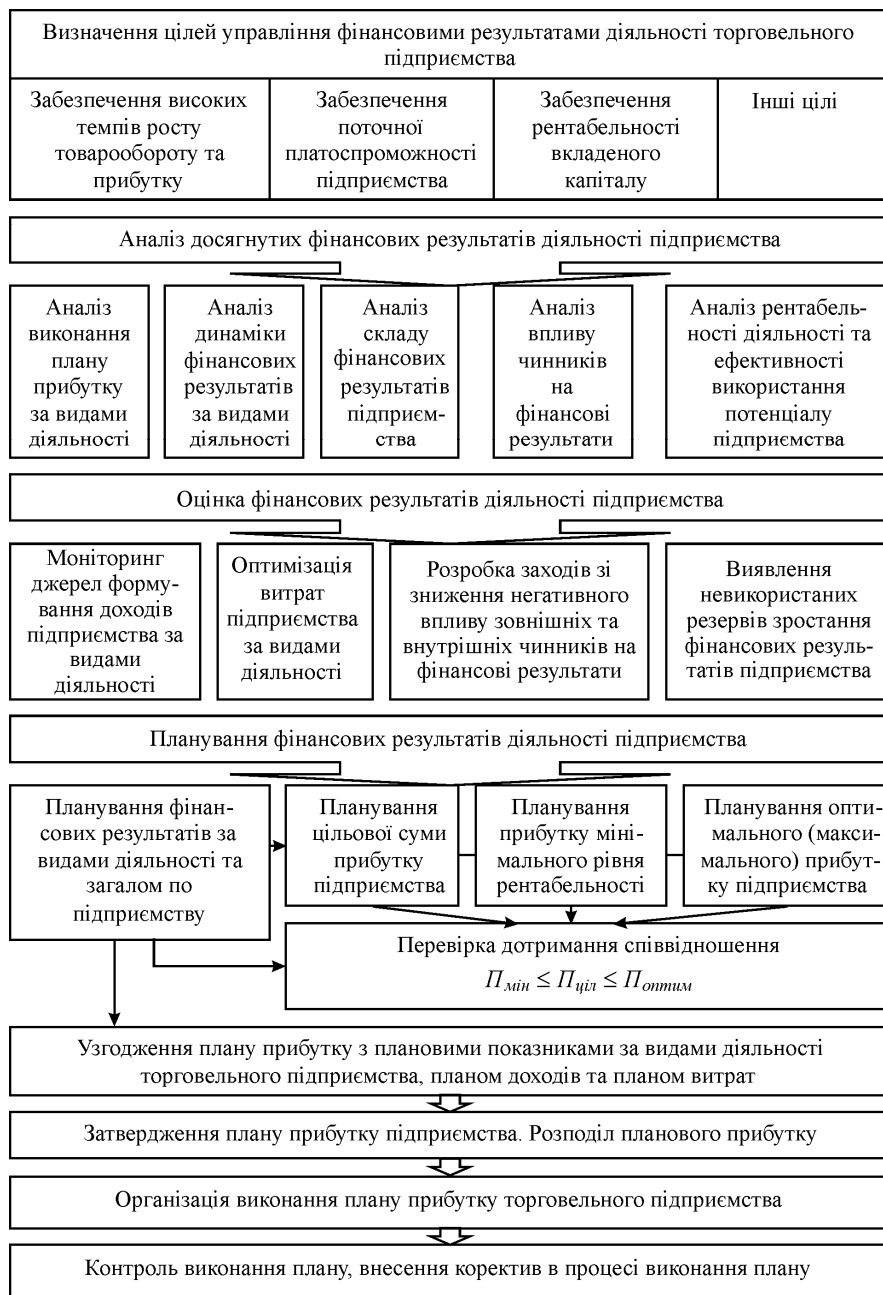


Рис. Структурно-логічна схема планування фінансових результатів діяльності торговельного підприємства

Підкреслимо, що цілі управління фінансовими результатами діяльності підприємства в сучасних умовах повинні тісно корелювати з цілями його діяльності на плановий період. Якщо підприємство спрямоване на високі темпи розвитку, збільшення обсягу товарообороту, отримання частки ринку, максимізацію прибутку, то метою формування фінансових результатів є високі темпи їхнього зростання. Якщо підприємство стабілізує свою діяльність, то задовольняючись мінімальним рівнем рентабельності або просто беззбитковою діяльністю, управління фінансовими результатами повинне бути зосереджене на отриманні достатньої для забезпечення поточної платоспроможності суми. Натомість якщо в основу діяльності підприємства покладено інтереси власників, то цільовою настановою формування фінансових результатів є такі відносні показники, як рентабельність інвестованого чи власного капіталу [2, с. 49; 17, с. 409].

Планування фінансових результатів діяльності торговельного підприємства повинно базуватися на аналізі та оцінці досягнутих фінансових результатів. При цьому аналіз повинен бути спрямованим на "з'ясування тенденцій, небезпек, можливостей, а також окремих надзвичайних ситуацій, що можуть вплинути очікуваним чи непередбаченим чином на діяльність підприємства" [7, с. 66]. Вважаємо основними складовими аналізу: аналіз виконання плану прибутку за всіма видами діяльності підприємства; аналіз динаміки фінансових результатів за всіма видами діяльності підприємства; аналіз складу фінансових результатів підприємства; аналіз чинників, що обумовлюють їх величину; аналіз рентабельності діяльності та ефективності використання потенціалу підприємства. Проведення аналізу фінансових результатів за зазначеними напрямками повинно завершуватися їх узагальнювальною оцінкою.

Варто звернути увагу на те, що на обсяг прибутку впливає значна кількість зовнішніх та внутрішніх чинників, дослідження і врахування впливу яких потрібно здійснювати в процесі оцінювання досягнутого рівня результативності торговельного підприємства. До зовнішніх чинників в економічній літературі [2, 3, 5, 6, 8, 9, 11, 12, 16] найчастіше відносять політичну стабільність, стан економіки, демографічну ситуацію, кон'юнктуру ринку, зокрема споживчого, темпи інфляції, податкову та кредитну політику та ін. До внутрішніх чинників відносять обсяг комерційного доходу, розмір витрат на провадження торговельної діяльності, продуктивність праці робітників, оборотність товарних запасів, наявність власних оборотних засобів, ефективність використання основних фондів тощо. Тому не можна погодитися з думкою Т. Фецович, що "...з'ясування значущості, пріоритетності того або іншого фактора, можливості його використання роблять ефективнішим процес управління та обґрунтованішими управлінські рішення. Впливаючи на ті з них, які найбільше пов'язані з керованими параметрами, можна формувати фінансові результати, які відповідають цілям підприємства" [17, с. 407]. Саме в цьому полягає зміст т. зв. пасивної стадії планування фінансових результатів. Вона дає змогу виявити невикористані резерви збільшення останніх завдяки: моніторингу джерел формування доходів та оптимізації витрат підприємства за видами діяльності; розробленню заходів зі зниження негативного впливу чинників на фінансові результати.

Планування фінансових результатів торговельного підприємства є однією з найбільш актуальних проблем фінансового менеджменту, оскільки вони

виступають одночасно як сукупний результат усіх видів діяльності підприємства, основа його самоокупності та джерело самофінансування.

Сучасна наука напрацювала досить значний інструментарій методів та методик планових розрахунків, які можна об'єднати у три групи: традиційні методи (метод прямого розрахунку, нормативний метод, балансовий, збільшений та ін.); методи маржинального аналізу; економіко-математичні методи. Водночас, використання зазначених методів стикається з певними труднощами інформаційного, методичного та практичного характеру. Тому підтримуємо думку науковців Н. Власової, І. Мелушової, О. Полонського, А. Садекова, О. Гасило щодо необхідності синтезу різних методів, що дає змогу врахувати вплив на фінансові результати значної кількості факторів [2, 12].

Таку модель можна представити у вигляді:

$$\Phi P_{\text{план}} = \Phi P_{\text{баз}} \pm \Delta \text{ЧД}_T \pm \Delta \text{ЧД}_C \pm \Delta \text{ЧД}_S \pm \Delta B_C \pm \Delta B_{\text{адм}} \pm \Delta B_{\text{зб}} \pm \Delta \Phi P_{\text{ін.опер}} \pm \Delta \Phi P_{\text{ін.звич}} ,$$

де:  $\Phi P_{\text{план}}$  – планова величина фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування;  $\Phi P_{\text{баз}}$  – базова величина фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування;  $\Delta \text{ЧД}_T$  – зміна чистого доходу підприємства під впливом зміни фізичного обсягу товарообороту;  $\Delta \text{ЧД}_C$  – зміна чистого доходу підприємства під впливом зміни роздрібних цін;  $\Delta \text{ЧД}_S$  – зміна чистого доходу підприємства під впливом зміни асортиментної структури товарообороту;  $\Delta B_C$  – зміна собівартості (змінних прямих витрат);  $\Delta B_{\text{адм}}$  – зміна адміністративних витрат;  $\Delta B_{\text{зб}}$  – зміна витрат на збут;  $\Delta \Phi P_{\text{ін.опер}}$  – зміна фінансових результатів від іншої операційної діяльності;  $\Delta \Phi P_{\text{ін.звич}}$  – зміна фінансових результатів від іншої звичайної діяльності.

Основну увагу торговельні підприємства повинні приділяти розрахунку планової величини прибутку від реалізації товарів та надання послуг. Обґрунтовуючи план прибутку, крім розрахунку його за залишковим методом, потрібно визначати зазначений показник на основі застосування сценарного підходу з розрахунком мінімальної, цільової та максимальної суми прибутку. Такі види прибутку пов'язані з визначенням обсягів діяльності, які обумовлюють знаходження підприємства в зоні збитковості, беззбитковості, прибутковості.

Під мінімальним розуміємо прибуток, розмір якого після сплати податків задовольняє уявлення власників підприємства про мінімальний рівень рентабельності на вкладений капітал або він відповідає розміру нормального прибутку (відповідно до норми прибутку на вкладений капітал, що склалася на ринку):

$$P_{\text{мін}} = \overline{B\bar{3}} \times P_{\text{мін}} \div 100 ,$$

де:  $P_{\text{мін}}$  – прибуток мінімального рівня рентабельності;  $\overline{B\bar{3}}$  – середня величина власних засобів, вкладених у діяльність підприємства;  $P_{\text{мін}}$  – мінімальний рівень рентабельності [12, с. 176].

Протопопова В.О. пропонує визначати мінімальний розмір прибутку торговельного підприємства, виходячи з величини власного капіталу підприємства ( $BK$ ), коефіцієнта середньої депозитної ставки ( $K_{\text{ден}}$ ) та коефіцієнта еластичності прибутку від структури власного капіталу ( $K_{\text{приб}}$ ) [13, с. 239]:

$$P_{\text{мін}} = BK \times K_{\text{ден}} \div K_{\text{приб}} .$$

Цільова сума прибутку відповідає потребам підприємства в коштах для його виробничого та соціального розвитку. Її потрібно визначати методом прямого поелементного підрахунку за напрямками її використання: фінансування розвитку матеріально-технічної бази підприємства; фінансування приросту власних оборотних засобів; фінансові резерви; погашення довго- і короткострокових фінансових кредитів та інших видів кредитних зобов'язань; придбання кредитних зобов'язань, акцій, паїв інших підприємств; фінансування діяльності об'єднань тощо, членом яких є підприємство; здійснення соціального розвитку та заохочення трудового колективу [12, с. 179-180]. При цьому величина цільового прибутку може знаходитися в інтервалі від точки беззбитковості до точки рівноваги, яка відповідає отриманню максимального прибутку.

Для того, щоб отримати максимальний прибуток, підприємство має, з одного боку, визначити доцільність нарощування обсягів діяльності, а з іншого – розрахувати обсяг діяльності, що дає змогу його одержати. Оптимальну (максимальну) суму прибутку науковці пропонують визначати з використанням методу граничних величин шляхом зіставлення граничних доходів та граничних витрат обігу. Порівнюючи величину граничного доходу (додаткового доходу на одиницю обсягу товарообороту) з величиною граничних витрат обігу (додаткових витрат на одиницю товарообороту), визначають найбільшу величину граничного прибутку на одиницю товарообороту.

Розраховану суму цільового прибутку потрібно порівнювати з мінімальним та оптимальним прибутком. Результати планування прибутку за різними методами потрібно порівняти між собою та з можливостями одержання відповідного розміру прибутку. Досягнення збалансованості між необхідними та можливими обсягами планового прибутку забезпечується шляхом розроблення асортиментної та цінової політики та ресурсного забезпечення торговельного підприємства. Якщо така відповідність досягнута, то план прибутку затверджують та приймають до виконання. Якщо ж можливості підприємства в одержанні прибутку виявляються недостатніми, то необхідно розробити заходи для забезпечення одержання додаткового прибутку шляхом мобілізації невикористаних можливостей зростання доходів, раціонального використання ресурсів, зниження витрат або коригування суми цільового прибутку.

Процес планування прибутку торговельного підприємства повинен завершуватися комплексною ув'язкою його планової суми з системою планових показників: комерційним доходом, витратами обігу, обсягом товарообороту. Забезпечення балансового узгодження дає змогу впливати на фінансовий результат через такі параметри діяльності торговельних підприємств, як: обсяг товарообороту та його товарно-групова й асортиментна структура; ціни реалізації товарів, умови та ціни закупівель товарів; величина та співвідношення постійних і змінних витрат.

**Висновки.** Планування доходів, витрат і прибутку дає змогу оцінити майбутній фінансовий результат діяльності торговельного підприємства з урахуванням ризиків. Позитивні фінансові результати діяльності торговельного підприємства, визначені на плановий період, є основою виживання та стабільного розвитку підприємства, оскільки забезпечують виконання таких принципів комерційного розрахунку, як: економічна самостійність, рентабельність, самофінансування і матеріальна зацікавленість.

## Література

1. Власова Н.О. Використання маржинального аналізу під час формування фінансових результатів підприємств торгівлі / Н.О. Власова, І.Ю. Мелушова // Торгівля і ринок України : зб. наук. праць. – Донецьк : Вид-во ДонНУЕТ. – 2009. – Вип. 27. – С. 435-443.
2. Власова Н.О. Ефективність формування фінансових результатів підприємств роздрібною торгівлі : монографія / Н.О. Власова, І.Ю. Мелушова. – Харків : Вид-во ХДУХТ, 2008. – 259 с.
3. Гросул В.А. Оцінка ефективності функціонування підприємств торгівлі з позицій ключових стейкхолдерів : монографія / В.А. Гросул, Н.Е. Аванесова. – Харків : Вид-во ХДУХТ, 2010. – 230 с.
4. Діяльність підприємств – суб'єктів підприємницької діяльності : стат. зб. – Львів, 2010. – 70 с.
5. Донець Л.І. Управління формуванням прибутку підприємства в умовах ринкових форм господарювання : монографія / Л.І. Донець, С.М. Баранцева. – Донецьк : Вид-во ДонНУЕТ, 2008. – 255 с.
6. Экономика торгового предприятия: торговое дело / под ред. Л.А. Брагина. – М. : Изд-во ИНФРА-М, 2008. – 314 с.
7. Кривицька О.Р. Планування прибутку підприємства / О.Р. Кривицька // Фінанси України : журнал. – 2005. – № 3. – С. 138-142.
8. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства : підручник [для студ. ВНЗ] / А.А. Мазаракі, Н.М. Ушакова, Л.О. Лігоненко / під ред. проф. Н.М. Ушакової. – К. : Хрещатик, 1999. – 800 с.
9. Марцин В.С. Економіка торгівлі / В.С. Марцин. – К. : Вид-во "Знання", 2006. – 402 с.
10. Марцин В.С. Планування як основна складова процесу фінансової діяльності / В.С. Марцин // Фінанси України : журнал. – 2008. – № 4. – С. 23-31.
11. Николаева Т.И. Менеджмент в торговле / Т.И. Николаева. – М. : Изд-во КНОРУС, 2006. – 320 с.
12. Полонський А.Н. Планирование деятельности предприятия торговли / А.Н. Полонський, А.А. Садеков, Е.А. Гасило. – Донецьк : Вид-во ДонГУЭТ, 2004. – 233 с.
13. Развитие внутренней торговли: Украина, Россия, Беларусь : монография / под ред. А.А. Шубина, А.А. Садекова. – Донецьк : Вид-во ДонНУЭТ, 2009. – 550 с.
14. Семерунь Л.В. Ефективність управління фінансовими результатами торговельних підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 "Економіка та управління підприємствами" / Л.В. Семерунь. – Донецьк : Вид-во ДонНУЕТ, 2011. – 20 с.
15. Семерунь Л.В. Фактори і резерви підвищення ефективності операційної діяльності торговельних підприємств / Л.В. Семерунь // Торгівля і ринок України : зб. наук. праць. – Донецьк : Вид-во ДонНУЕТ, 2010. – Вип. 29. – С. 284-292.
16. Тарасюк Г.М. Планування комерційної діяльності : навч. посібн. / Г.М. Тарасюк. – К. : Вид-во "Каравела", 2005. – 400 с.
17. Фецович Т.Р. Формування фінансових результатів підприємств / Т.Р. Фецович // Вісник ЛКА : зб. наук. праць. – Сер. економічна. – Львів : Вид-во ЛКА, 2011. – Вип. 36. – С. 405-409.

### **Миценко Н.Г., Мищук И.Ф. Эффективность и результативность деятельности торгового предприятия: оценка и планирование**

Рассмотрена сущность эффективности и результативности деятельности торгового предприятия. Отражены методические подходы к оценке и планированию показателей результативности деятельности. Предложена структурно-логическая схема планирования финансовых результатов торгового предприятия.

**Ключевые слова:** эффективность деятельности, результативность деятельности, эффект, оценка результативности деятельности торгового предприятия, планирование финансовых результатов торгового предприятия.

### **Mitsenko N.G., Mishchuk I.P. Efficiency and effectiveness of trade enterprises: valuing and planning**

The essence of commercial enterprises activity efficiency and effectiveness. The methodological approaches to assessment and activity effectiveness indexes planning are shown. A structural and logical framework planning financial performance of commercial enterprise.

**Keywords:** activity effectiveness, activity results, commercial enterprise effectiveness valuing, trade enterprise financial results planning.

УДК 658.1012.32+589]

Доц. О.О. Маслак, канд. екон. наук;  
ст. викл К.О. Дорошкевич, канд. екон. наук;  
аспір. М.М. Вороновська – НУ "Львівська політехніка"

## **ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ІННОВАЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Розглянуто інноваційну діяльність промислових підприємств, уточнено її роль на сучасному етапі розвитку ринкових відносин. Досліджено та виокремлено, залежно від позитивного чи негативного впливу на результуючий показник, чинники впливу на інноваційну діяльність. До чинників, які впливають негативно, віднесено: техніко-економічні, правові, організаційно-управлінські, соціально-психологічні чинники. Позитивними чинниками впливу на інноваційну діяльність визначено глобалізаційні процеси, наявність інноваційних дослідницьких установ, існуючі форми власності, мікросистему інноваційної інфраструктури та територіальний чинник.

**Ключові слова:** інноваційна діяльність, інноваційні процеси, промислові підприємства, чинники впливу на інноваційну діяльність.

**Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.** Інноваційна діяльність промислових підприємств – це процес, який спрямований на реалізацію результатів завершених наукових досліджень і розробок або інших науково-технічних досягнень у повий або вдосконалений продукт, новий або вдосконалений технологічний процес, а також супутні наукові дослідження і розробки [1]. Вона спрямована на комерціалізацію і використання результатів наукових досліджень та розробок, зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг.

На сьогодні інноваційна діяльність є ключовим важелем розвитку підприємництва та запорукою успішності діяльності підприємства, що вимагає формування сприятливих умов для функціонування суб'єктів інноваційної діяльності на вітчизняному і міжнародному ринках, розвитку правового поля у інноваційній сфері тощо. Усе це передбачає стимулювання розвитку інноваційної активності промислових підприємств та взаємодії між ними, удосконалення інноваційної інфраструктури, для чого потрібно вжити низку адміністративних, економічних та організаційних важелів впливу.

Чинник як причина певного явища, що знаходиться у безпосередньому логічному зв'язку із його наслідком впливає на результативність інноваційної діяльності промислових підприємств [2]. Для формування заходів із підтримки вітчизняної інноваційної сфери, насамперед, потрібно дослідити чинники, які позитивно та негативно впливають на інноваційну діяльність промислових підприємств. Їх виокремлення дасть змогу визначити пріоритетні напрями впливу на діяльність інноваційних структур з метою підвищення їх результативності та розвитку.