
ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ І АНАЛІЗУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГОВЕЛЬНОЇ СФЕРИ

Волощук Л.О., д.е.н., доцент,
Пацар О.М.,
Устинюк А.Ю.

Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

За останні роки, коли не тільки на рівні численних наукових досліджень, але й на рівні державних стратегічних документів визначено, що розвиток підприємств має ґрунтуватися саме на інноваційних чинниках, все більше уваги приділяється дослідженню питань забезпечення управління інноваційною діяльністю та розвитком.

Так, дослідженню проблем управління інноваційною діяльністю підприємств присвячено праці багатьох вітчизняних авторів, а саме: В.М.Гриньової, В.І.Захарченка, С.М.Ілляшенка, С.В.Князя, Д.Ю.Крамського, О.Є.Кузьміна, Г.Т.П'ятницької, М.Є.Рогози, Л.Г.Смоляр, Д.М.Черваньова, Л.І.Федулової, С.В.Філіппової, С.К.Харічкова. Дослідженню методології обліково-аналітичного забезпечення управління підприємствами присвячують свої роботи такі вітчизняні автори, як Т.М.Безродна, М.Д.Білик, М.І.Бондар, Ф.Ф.Бутинець, М.П.Войнаренко, О.Д.Гудзинський, В.І.Довбенко, Т.Г.Камінська, Г.Г.Кірейцев, Я.Крупка, Є.В.Мних, О.В.Пархоменко, А.А.Пилипенко. Проте, в них майже не приділено уваги питанням управління інноваційною діяльністю на підприємствах торговельної сфери, а питання обліку та аналізу інноваційної діяльності досі залишається невирішеним для багатьох підприємств, зокрема, підприємств торговельної сфери. Це обумовлює актуальність досліджень та розробок в сфері обліку та аналізу інноваційної діяльності підприємств торговельної сфери.

По-перше, слід зазначити, що визначенню особливостей інноваційної діяльності та інновацій в торгівлі приділяється ще недостатня увага. На думку В. Іжевського [1] «Інновація в торгівлі – це кінцевий результат інноваційної діяльності, вона виступає у вигляді вдосконаленого організаційно-управлінського та торгово-технологічного процесу з метою досягнення економічного та соціального ефекту». Таке визначення, з одного боку, слушно виключає продуктивні інновації з переліку видів інноваційної діяльності торговельних підприємств (адже торговельні підприємства не можуть виробляти інноваційну продукцію), проте виключає й такі прояви інноваційної діяльності – як реалізація інноваційної продукції.

Як об'єкт фінансового обліку згідно національних стандартів, інноваційна діяльність не розглядається та виступає лише як об'єкт статистичного обліку. На теперішній час в статистичному обліку підприємств України для віддзеркалення інноваційної діяльності призначена форма державного статистичного спостереження N1-інновація. Водночас, складання цієї форми для торговельних підприємств не є обов'язковим, а здійснюється вибірково в рамках спеціального статистичного спостереження за міжнародною методологією раз на два роки. Отже, по суті торговельні підприємства не мають нормативно-методологічного підґрунтя для визначення, відповідно обліку та аналізу, інноваційної діяльності. Водночас, як і будь-які інші підприємства вони потребують інноваційної активності як засобу збереження конкурентних переваг.

Серед показників які наводяться у статистичній звітності у грошовому вимірі, а отже, повинні формуватись в системі фінансового обліку підприємства, зазначено інноваційні витрати та реалізацію інноваційної продукції. Дослідження нормативно-методичних засад обліку інноваційних витрат та інноваційної продукції в системі фінансового обліку підприємств показало, що в існуючому Плані рахунків не виокремлено рахунків для обліку доходів від реалізації інноваційної продукції, а єдиним субрахунком для обліку витрат, пов'язаних з інноваційною діяльністю є субрахунок 941 «Витрати на дослідження і

розробки». Водночас, такі витрати не є властивими для торговельних підприємств, інноваційна діяльність яких більш спрямована на організаційні та маркетингові інновації.

Дослідження нормативно-методичних засад аналізу інноваційної діяльності підприємств за даними обліку та звітності [2,3] дозволило визначити, що специфіка та напрями інноваційної діяльності торговельних підприємств в існуючих методиках та системах показників аналізу майже не врахована. Отже, слід констатувати обмеженість горизонту наукових досліджень інноваційної діяльності та недосконалість методичного забезпечення її обліку та аналізу щодо торговельних підприємств.

Аналіз стану та тенденцій розвитку інноваційної діяльності вітчизняних торговельних підприємств за даними статистичних досліджень (табл.1) підтверджують, що основними напрямками інноваційної діяльності в торгівлі є впровадження організаційних та маркетингових інновацій.

Таблиця 1

Стан інноваційної діяльності торговельних підприємств України за 2010-2014 роки за даними статистичного обліку та аналізу

Показники	2010-2012	2012-2014
Частка інноваційних підприємств у торгівлі, %	29,1	25,8
Частка підприємств з технологічними інноваціями, %	13,9	12,1
Частка витрат на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення, %	94,1	37,2
Частка витрат на внутрішні НДР, %	1,9	32
Частка витрат на зовнішні НДР, %	1,7	8
Частка витрат на придбання зовнішніх знань, %	2,2	22,8
Частка підприємств, що впроваджували організаційні та/або маркетингові інновації, %	42,4	39,1
Чисельність працюючих на інноваційно-активних підприємствах, у % до загальної чисельності працівників	25,8	26,1
Частка реалізованої продукції інноваційно-активними підприємствами, %	33,8	31,2
Частка підприємств з інноваційними технологіями, які отримували державну фінансову допомогу для інноваційної діяльності	0,2	0,2

За результатами аналізу існуючих схем та моделей обліку інноваційної діяльності підприємств [4,5], запропоновано варіанти синтетичного та аналітичного обліку доходів, витрат та результатів інноваційної діяльності торговельного підприємства (на прикладі ТОВ МП «ІВАННА»), що передбачають використання 9 класу рахунків та враховують: 1) специфіку діяльності підприємства – реалізацію товарів через заклад роздрібно торгівлі; 2) вимоги міжнародних стандартів (Керівництва Осло) щодо оцінки інноваційної діяльності (табл.2).

Для підтвердження доцільності та визначення глибини інновацій було запропоновано та апробовано на підприємстві методику аналізу необхідності та глибини інновацій в діяльності торговельного підприємства, яка спирається на: а) оцінку фінансових результатів та ефективності його діяльності у минулому періоді; б) визначення конкурентної позиції підприємства та напрямів її зміни; в) визначення конкурентоспроможності торговельного підприємства за думкою його споживачів.

Таблиця 2

Рахунки обліку доходів, витрат та результатів інноваційної діяльності торговельного підприємства (фрагмент)

Об'єкт обліку	Синтетичний рахунок	Аналітичний рахунок
Реалізація інноваційних товарів		
Дохід від реалізації інноваційних товарів	702 «Дохід від реалізації товарів»	7021 «Дохід від реалізації інноваційних товарів»
Дохід від реалізації інноваційної продукції та товарів	706 «Дохід від реалізації інноваційної продукції та товарів»	7061 – за проектом А
		7062 – за проектом Б
		7063 – за проектом В
Інноваційні витрати		
Витрати на продуктивні інновації (товари)	902 «Собівартість реалізованих товарів»	9021 «Собівартість реалізованих інноваційних товарів»
Витрати на продуктивні інновації (продукція, товари)	905 «Собівартість реалізованої продукції та товарів»	9051 – за проектом А
		9052 – за проектом Б
		9053 – за проектом В
Витрати на організаційні інновації	92 «Адміністративні витрати»	921 «Впровадження організаційно-управлінських інновацій»
Витрати на маркетингові інновації	93 «Витрати на збут»	931 «Впровадження маркетингових інновацій»

За результатами аналізу та узагальнення існуючих методів та систем показників оцінювання інноваційної діяльності підприємств [2,3], пропонується система показників та методика оцінювання рівня інноваційної активності та результативності інноваційної діяльності торговельного підприємства, що містить 14 ключових її індикаторів за ресурсною, техніко-технологічною та ринковою складовими, що в сукупності віддзеркалюють основні ознаки інноваційного потенціалу та ефективності інноваційної діяльності для торговельного підприємства (табл.3). Вибір саме цих показників зроблено на основі дослідження існуючих груп показників за кожною складовою, вимог до показників в системі обліку, а також врахування специфіки інноваційної діяльності в торгівельній сфері.

Таблиця 3

Система показників аналізу інноваційної діяльності торговельного підприємства (на прикладі ТОВ МП «Іванна»)

Показник	Модель визначення
1	2
Коефіцієнт стійкості фінансового стану	Відношення власного оборотного капіталу до вартості запасів (товарів).
Коефіцієнт продуктивного використання торгівельної площі (торгівельної потужності)	Відношення торгівельної площі (або торгівельної потужності), що використовується, до загальної торгівельної площі (торгівельної потужності) закладу
Коефіцієнт інноваційності асортименту товарів підприємства	Відношення кількості (вартості) інноваційних товарів до загальної кількості (вартості) товарів в асортименті торгівельного закладу
Коефіцієнт інноваційної продукції власного виробництва в асортименті	Відношення продукції власного виробництва до загального товарообігу торгівельного закладу
Коефіцієнт придатності торговельного обладнання	Відношення балансової вартості торговельного обладнання до його первісної вартості

Продовження таблиці 3

1	2
Коефіцієнт зростання інформаційної бази покупців	Темп зростання кількості покупців внесених до інформаційної бази торговельного закладу за звітний період
Коефіцієнт якості інформаційної бази покупців	Частка покупців, що внесені та інформаційної бази та налаштовані на зворотній зв'язок з торговельним закладом (згода на отримання рекламної розсилки, тощо)
Коефіцієнт автоматизації бізнес-процесів	Частка автоматизованих бізнес-процесів
Коефіцієнт промо-активності (застосування маркетингових технологій)	Частка обсягу промоакцій (тривалість в днях x кількість акційних товарів) до обсягу товарної продукції (в товаро-днях) у звітному періоді
Індекс середньоденної кількості відвідувачів (покупців)	Темп зростання середньоденної кількості покупців торговельного закладу
Індекс середньоденного товарообігу	Темп зростання середньоденного товарообігу торговельного закладу
Рентабельність товарообігу	Відношення чистого прибутку до виручки від реалізації товарів
Рентабельність товарообігу інноваційної продукції та товарів	Відношення прибутку від реалізації інноваційної продукції та товарів до виручки від їх реалізації
Ефективність інноваційних витрат	Відношення додаткового обсягу товарообігу за рахунок інноваційної діяльності до витрат на впровадження інноваційних рішень та технологій

Розвиток наведених рекомендацій щодо аналітичного обліку та аналізу інноваційної діяльності у відповідності до певних інноваційних проектів, обраних торговельним підприємством для реалізації, є напрямком подальших досліджень та практичних розробок.

Література

1. Іжевський В.В. Інноваційний розвиток роздрібної торгівлі та ресторанного господарства у ринковому середовищі : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / Іжевський Володимир Віталійович. – Львів, 2011. – 189 с.
2. Волощук Л.О. Аналітичні інструменти управління інноваційним розвитком промислового підприємства: [монографія] / Л.О. Волощук, В.В. Кірсанова, С.В. Філіппова. – Одеса: ОНПУ, 2014. – 202 с.
3. Волощук Л. О. Інноваційна діяльність та розвиток промислових підприємств України: проблеми статистичного та економічного аналізу // Проблеми економіки. – 2014. – №4. – С. 269–274.
4. Крупка Я.Д. Облік інвестиційно-інноваційної діяльності: [навчальний посібник] / Я.Д. Крупка, С.В. Питель, І.В. Мельничук. – Тернопіль, ТАЙП, 2011. – 234с.
5. Кірсанова В.В. Проблеми обліку інноваційної діяльності / В.В. Кірсанова, Т.О. Сухарева, О.М. Ковальова // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2011. – № 41 (2). – С. 216–221.
6. Система управління інноваційним потенціалом підприємств [Електронний ресурс] / О.В. Толмачова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 3 (13). – С. 134-139. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>.
7. Економічна безпека та інноваційний розвиток промислового підприємства: сутність та взаємозв'язок як об'єктів управління [Електронний ресурс] / Л.О. Волощук // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 6 (16). – С. 217-223. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n6.html>.