

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

НА ТЕМУ

«Інноваційна діяльність на підприємстві: характеристика та економічна оцінка»

Виконав: здобувач IV курсу, групи ЕП-17

ОПП з Спеціальності 051 Економіка

Третяк К.О.

Керівник: Лимонова Е.М., к.е.н., доцент

Дніпро

2021

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Перший (бакалаврський) рівень

Спеціальність 051 Економіка

Затверджую:

Зав. кафедри Задоя Анатолій Олександрович,
доктор економічних наук, професор

«___» _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу здобувачу

1. Тема роботи: Інноваційна діяльність на підприємстві: характеристика та економічна оцінка
2. Керівник роботи: Лимонова Ельвіна Миколаївна, к.е.н., доцент
Затверджені наказом від «___» _____ 20__ р., № _____
3. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 04.06.2021 р.
4. Цільова установка та вихідні дані до роботи: Аналіз і характеристика інноваційних процесів на підприємстві та розробка шляхів для підвищення ефективності
5. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити):
 - з'ясувати економічну сутність інноваційної діяльності підприємства;
 - охарактеризувати інновації та інноваційні процеси, їх види та характеристика;
 - описати основні інноваційні стратегії;
 - дати загально-економічну характеристику ПрАТ «Юрія»;
 - проаналізувати мікро- та макросередовище підприємства;
 - оцінити забезпечення інноваційної діяльності ПрАТ «Юрія»;
 - визначити інноваційні заходи щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства;
 - дати економічну оцінку доцільності реалізації запропонованих заходів на підприємстві.

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали, посада)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1	Лимонова Е.М., к.е.н., доцент		
Розділ 2	Лимонова Е.М., к.е.н., доцент		
Розділ 3	Лимонова Е.М., к.е.н., доцент		

7. Дата видачі завдання _____

8. Календарний план виконання роботи

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	Розділ 1. Теоретичні засади формування та розвитку інноваційної діяльності на підприємстві	01.04.2021	
2	Розділ 2. Аналіз інноваційної діяльності на підприємстві	15.04.2021	
3	Розділ 3. Напрями удосконалення інноваційної діяльності на підприємстві	15.05.2021	

Здобувач _____

Третяк К.О.

Керівник кваліфікаційної роботи _____

Лимонова Е.М.

АНОТАЦІЯ

Третяк К.О. Інноваційна діяльність на підприємстві: характеристика та економічна оцінка.

У роботі розглянуто теоретичні та практичні аспекти інноваційних процесів на підприємстві, було досліджено стан інноваційних процесів, а також описано шляхи для підвищення ефективності та збільшення інноваційності на конкретному підприємстві. Одним зі шляхів підвищення ефективності є правильний вибір інноваційної стратегії, які розглянуті у кваліфікаційній роботі. На основі даних підприємства проаналізовано його макро- і мікросередовище, асортимент та якість складових для кінцевої продукції, а також інноваційний розвиток. В результаті чого виявлено заходи для підвищення конкурентоспроможності на підприємстві, саме це є однією з причин, яка може не давати розвиватися підприємствам в інноваційному напрямку та відсутності інвестицій. Оцінено доцільність використання реалізації запропонованих заходів з метою оптимізації виробничих процесів, розробки плану інноваційного розвитку,

Ключові слова: інноваційні процеси, конкурентоспроможність, підвищення ефективності, аналіз даних.

SUMMARY

Tretyak K.O. Innovative activity at the enterprise: characteristics and economic evaluation.

The paper considers the theoretical and practical aspects of innovation processes at the enterprise, the state of innovation processes was studied, as well as ways of increasing efficiency and enlarging of innovation in a particular enterprise. One of the ways to increase efficiency is the right choice of innovation strategies, which are considered in the qualification work. Based on the company's data, its macro- and micro-environment, range and quality of components for the final product, as well as innovative development are analyzed. As a result, measures have been identified to increase the competitiveness of the enterprise, this is one of the reasons that may prevent the development of enterprises in the innovative direction and lack of investment. The expediency of using the implementation of the proposed measures is evaluated in order to optimize production processes, evolve a plan for innovative development.

Keywords: innovation processes, competitiveness, efficiency increase, data analysis.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	8
1.1. Економічна сутність інноваційної діяльності підприємства.....	8
1.2. Інновації та інноваційні процеси, їх види та характеристика.....	16
1.3. Основні інноваційні стратегії.....	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	25
2.1. Загально-економічна характеристика ПрАТ «Юрія».....	24
2.2. Аналіз мікро- та макросередовища підприємства.....	32
2.3. Оцінка забезпечення інноваційної діяльності ПрАТ «Юрія».....	37
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	46
3.1. Інноваційні заходи щодо підвищення конкурентоспроможності ПрАТ «Юрія».....	46
3.2. Економічна оцінка доцільності реалізації запропонованих заходів на підприємстві.....	56
ВИСНОВКИ.....	67
ДОДАТКИ.....	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	83

ВСТУП

Актуальність дослідження. Надзвичайно важливого значення за сучасних умов орієнтації економіки України на підвищення конкурентоспроможності набуває активізація інноваційної діяльності, оскільки без цього неможливим є здійснення прогресивних структурних зрушень у країні, суттєве оновлення реального сектора й загалом забезпечення сталого соціально-економічного розвитку держави.

За умов мінливої глобальної і внутрішньої середовища ключовим фактором конкурентоспроможності промислових підприємств є ефективне управління його інноваційним розвитком на основі моніторингу рівня інноваційності підприємства, цільових кількісних і якісних показників.

Дослідженням інноваційних процесів на підприємстві займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як В. Безверхий, Г. Бласко, Є. Вятра, К. Гаджиєва, Р. Дарендорф, В. Лукова, М. Кириченко, О. Панаріна, М. Піскотіна, В. Селіванова, В. Трипольський та ін.

Мета і завдання дослідження. Метою кваліфікаційної роботи є характеристика та економічна оцінка інноваційної діяльності на підприємстві.

Для досягнення мети було поставлено та виконано такі завдання:

- з'ясувати економічну сутність інноваційної діяльності підприємства;
- охарактеризувати інновації та інноваційні процеси, їх види та характеристика;
- описати основні інноваційні стратегії;
- дати загально-економічну характеристику ПрАТ «Юрія»;
- проаналізувати мікро- та макросередовище підприємства;
- оцінити забезпечення інноваційної діяльності ПрАТ «Юрія»;
- визначити інноваційні заходи щодо підвищення конкурентоспроможності ПрАТ «Юрія»;

- дати економічну оцінку доцільності реалізації запропонованих заходів на підприємстві.

Об'єктом дослідження є організаційно-економічне забезпечення інноваційного розвитку підприємства.

Предметом дослідження виступає особливості здійснення інноваційної діяльності на підприємстві.

Методи дослідження. У процесі написання роботи було використано наступні загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема: аналізу, системного підходу, порівняльно-зіставляючий, методи синтезу, аналогії, узагальнення.

Практична значущість дослідження. Результати дослідження викладені в роботі, дозволяють дійти висновків, що розроблені заходи сприятимуть підвищенню інноваційного потенціалу підприємства, покращать фінансові показники діяльності, можуть бути використані підприємствами, зокрема ПрАТ «Юрія», для підвищення рівня інноваційного розвитку.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, додатків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 86 сторінок комп'ютерного тексту, з них 70 сторінок основного тексту. Список використаних джерел налічує 46 найменування.

Апробація кваліфікаційної роботи пройшла на XXX Міжнародній науково-практичній конференції «Трансформація економічних систем та інститутів у нових геостратегічних реаліях».

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

1.1. Економічна сутність інноваційної діяльності підприємства

Як вітчизняній, так і світовій літературі властива багатогранність поглядів на сутність поняття «інновація». Західні дослідники (Б. Санто, В. Д. Хартман, Б. Твісс, Г. Перлак, Е. Менсфілд, Р. Фостер, Й. Шумпетер, П. Друкер та ін.) трактують категорію інноватики залежно від об'єкта та предмета свого дослідження [42, с. 120]. Наприклад, Ф. Ніксон вважає, що інновація - це сукупність виробничих, технічних і комерційних заходів, які ведуть до появи на ринку нових та вдосконалених промислових процесів і обладнання [26, с. 52].

На думку відомого американського вченого в галузі управління наукою й технікою Б. Твісса, нововведення – це процес, у якому винахід або ідея набуває економічного змісту. «Це єдиний у своєму роді процес, - пише Б. Твісс, - що об'єднує науку, техніку, економіку й управління. Він полягає в одержанні новизни і триває від зародження ідеї до її комерційної реалізації, охоплюючи комплекс відносин, виробництво, обмін, споживання» [42, с. 120].

Німецький спеціаліст Ф. Хаберланд переконаний, що «нововведення охоплює науково-технічні, технологічні, економічні й організаційні зміни, які виникають у процесі відтворення. Його основними характеристиками є: якісна новизна виробів, способів виробництва і технологій у порівнянні з попередніми, темпи реалізації, динаміка циклу нововведень, економічна ефективність, соціальні наслідки» [39, с. 118].

На думку Б. Санто, інновація - це такий суспільно-техніко-економічний процес, який через практичне використання ідей та винаходів приводить до створення кращих за своїми якостями виробів, технологій та дає прибуток (у разі, коли інновація орієнтована на економічний зиск), її поява на ринку може принести додатковий дохід [42, с. 121].

Й. Шумпетер трактує інновацію як нову науково-організаційну комбінацію виробничих чинників, створену підприємницьким духом. Саме Й. Шумпетером вперше був уведений у науковий лексикон термін «інновація», що в буквальному перекладі означає «втілення наукового відкриття, технічного винаходу в новій технології або новому виді виробу». Крім того, інновація розглядалась Й. Шумпетером як нова функція виробництва, «нова її комбінація» [48, с. 39].

К. Найт, відомий спеціаліст у сфері інновацій, дає таке визначення: «Нововведення – це впровадження будь-чого нового відносно організації чи її безпосереднього оточення» і розглядає нововведення «як особливий випадок процесу змін в організації».

Х. Барнет визнає нововведенням будь-яку ідею, діяльність чи речовий результат, які відрізняються засвоєними якісними ознаками від існуючих форм [42, с. 122].

Ряд американських дослідників під нововведенням розуміють процеси виникнення, розвитку, поширення зміни науково-технічних новацій у різних сферах людської діяльності. Так, на думку П. Друкера, головною рисою нововведення є його вплив на спосіб життя людей. З цього погляду нововведення не обов'язково мають бути технічними чи речовими, причому соціальні нововведення виявляються більш значущими за силою свого впливу порівняно з упровадженням локомотивів чи телеграфів [24, с. 114].

А.Т. Кругліков під нововведенням розуміє вперше створений і використаний конкретний засіб чи спосіб діяльності, який задовольняє суспільні потреби, дає реальний ефект у відповідних сферах людської діяльності і в якому знайшло практичне використання або втілилось нове знання у вигляді наукового відкриття чи технічного винаходу [12, с. 66].

Кожну новацію слід розглядати як певне ціле, неділиме, однорідне і тотожне самому собі протягом усього життєвого циклу нововведення. Цю точку зору поділяє Е. Менсфілд. Він стверджує, що коли винахід починає використовуватись, він стає науково-технічною новацією [12, с. 68].

Чіткіше розмежування понять «нововведення» і «новація» дає П. Лелон: новація - це «новий видпродукції, метод, технологія», а нововведення - це «впровадження новації в економічний виробничий цикл» [42, с. 123].

У наукових дослідженнях вітчизняних економістів переважає думка, що інновація являє собою техніко-економічний процес, який завдяки практичному використанню продуктів розумової праці - ідей і винаходів, приводить до створення кращих за властивостями нових видів продукції та нових технологій, а нововведення - це процес доведення наукової ідеї до технічного винаходу, до стадії практичного використання, що приносить дохід.

Інновації, або нововведення, грають важливу роль не тільки в макроекономічному розвитку та забезпеченні економічного зростання, але і в досягненні цілей комерційної організації, що розглядається як мікрорівень повідношенню до регіональної або національної економіки. У загальному вигляді інновації можна розглядати як процес впровадження нововведень в ту чи іншу діяльність господарюючого суб'єкта.

Інноваційний розвиток промислового підприємства – це процес необоротної закономірної зміни підприємства і бізнес-процесів у ньому, викликаний розробленням і впровадженням інновацій [4,с.78].

В умовах ринкової економіки інновації виступають інструментом суперництва, підвищують конкурентоспроможність і стійкість розвитку того чи іншого господарюючого суб'єкта. В умовах глобалізації економічних процесів інновації трансформуються в фактор успішності функціонування і розвитку [4,с.82].

Термін «інноваційний розвиток» дуже широко використовується в різних сферах економіки і менеджменту, тому, для уточнення поняття необхідно розглянути погляди різних авторів на сутність даного явища (табл. 1.1).

Таблиця 1.1.

Підходи до визначення поняття «інноваційний розвиток»

Визначення	Автор
Процес вкладення коштів в економіку, що забезпечує зміну поколінь техніки та технологій	Й. Шумпетер
Кінцевий результат впровадження нововведення з метою зміни об'єкта управління й одержання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного або іншого виду ефекту.	Р. Фатхудінов
Впровадження нових продуктів і технологій, заснованих на наукових дослідженнях і розробках	Б. Санто
Процес, в якому винахід або ідея набуває економічного змісту	Б. Твісс
Сукупність технічних, виробничих та комерційних заходів, що приводять до появи на ринку нових і поліпшених промислових процесів і обладнання	Ф. Ніксон

Джерело: складено автором на основі [36; 41; 44]

Виходячи з наведених у таблиці 1.1. визначень, всі аналізовані теорії можна об'єднати за підходом до розгляду «інновації» з точки зору підприємницької вигоди. Така велика кількість визначень терміну «інноваційний розвиток» пов'язана, не тільки зі складністю природи інновацій, але і також зі специфікою, що виникає в залежності від об'єкта і предмета дослідження.

Автори двадцятого століття пишуть про інновації, як про результат постійного руху і змін ринкової економіки, що призводить до швидкого отримання підприємницької вигоди шляхом задоволення потреб.

Інноваційний розвиток тісно пов'язаний з показниками економічної ефективності діяльності підприємства, таким чином, можна стверджувати, що в основу інноваційного розвитку покладено економічний зміст. Говорячи про економічний зміст інноваційного процесу, слід відзначити, що основною формою реальних інвестицій є інноваційні інвестиції, які реалізуються в процесі інноваційної діяльності підприємства [35, с.19].

Згідно закону України «Про інноваційну діяльність», інновації - це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого,

адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальну сферу [2].

Отже, інновації можна розглядати і як вкладення інвестиційного капіталу в нововведення, які призводять до кількісних або якісних змін у підприємницькій діяльності.

Вчені, що проводили дослідження в області зростання економіки, відзначають, що протягом усього процесу еволюції людства рушійною силою його розвитку є інновації. Ознаки, що характеризують і визначають з різних сторін інновацію саме як економічне явище наведені у табл. 1.2. [49, с.423].

Таблиця 1.2.

Економічний зміст поняття «інновація»

Характеристика	Ознака
Інновація є результатом процесу цілеспрямованого якісного зміни об'єкта суб'єктом, що володіє елементами новизни.	Націленість на конкретний результат
Об'єктом інноваційного зміни, що вивчається економічною теорією, є сукупність факторів виробництва і економічних відносин, що виникають з приводу їх використання між учасниками процесу виробництва	Вплив на економічні відносини
Активним діяльним суб'єктом інноваційного процесу є людина, здійснює інноваційну діяльність	Керованість
Інновації несуть в собі корисні функції, які полягають в тому, що вони роблять економічно можливим адаптацію товарів до індивідуальних потреб конкретних груп споживачів, тобто споживчих панелей	Корисність
Інновація має ефективністю комплексного характеру	Комплексність

Джерело: складено автором на основі [49]

Проаналізувавши визначення поняття «інновації» та «інноваційний розвиток», можна побачити, що існують загальні характеристики інновацій, які відображають економічну сутність інноваційного процесу. Під інновацією слід розуміти тільки радикальні зміни, які впливають на кінцевий результат діяльності. Кожна інновація проходить стадії розвитку від зародження до занепаду, інноваційний розвиток підприємства передбачає готовність та спроможність до

розробки та впровадження нововведень, тобто підтримки життєвого циклі інновацій [38, с.17].

Життєвий цикл інновації –це певний період часу, протягом якого інновація має активну життєву силу і приносить виробникові і / або продавцю прибуток або іншу реальну вигоду.

Концепція життєвого циклу інновації грає принципову роль при плануванні виробництва інновацій і при організації інноваційного процесу [38, с. 21]. Ця роль полягає в наступному:

- змушує керівника господарюючого суб'єкта аналізувати господарську діяльність як з позиції теперішнього часу, так і з точки зору перспектив її розвитку;
- визначає необхідність систематичної роботи з планування впровадження інновацій, а також з придбання інновацій;
- є основою аналізу і планування інновації. При аналізі інновації можна встановити, на якій стадії життєвого циклу знаходиться ця інновація, яка її найближча перспектива, коли почнеться різкий спад і коли вона закінчить своє існування.

Життєвий цикл інновації - процес створення і використання нововведення. У життєвому циклі інновації можна чітко виділити наступні стадії: дослідження, виробництва та споживання. Кожна з цих стадій містить кілька обов'язкових етапів, котрі наведені у табл. 1.3.

Таблиця 1.3.

Етапи життєвого циклу інновацій

Стадія	Етапи
Дослідження	- Фундаментальні дослідження і розробка теоретичного підходу до вирішення. - Прикладні дослідження і експериментальні. - Експериментальні розробки, визначення технічних параметрів, проектування, виготовлення, випробування, і вдосконалення виробів.
Виробництво	- Первинне освоєння і підготовка виробництва. - Запуск і управління освоєним виробництвом.

Продовження табл. 1.3

Споживання	- Постачання товару на ринок і його споживання. - Обслуговування після продажу. - Утилізація продукту після використання - фінішна стадія життєвого циклу продукту. - Старіння продукту і ліквідація застарілого виробництва.
------------	--

Джерело: складено автором на основі [38]

Життєві цикли інновації розрізняються за видами інновацій. Ці відмінності зачіпають перш за все загальну тривалість циклу, тривалість кожної стадії всередині циклу, особливості розвитку самого циклу, різну кількість стадій.

Види і кількість стадій життєвого циклу визначаються особливостями тієї чи іншої інновації. Однак у кожній інновації можна визначити «стрижневу», тобто базову, основу, життєвого циклу з чітко виділеними стадіями [38, с. 22].

Життєвий цикл інноваційного продукту можна відобразити за допомогою кривої, як це представлено на рис. 1.1.

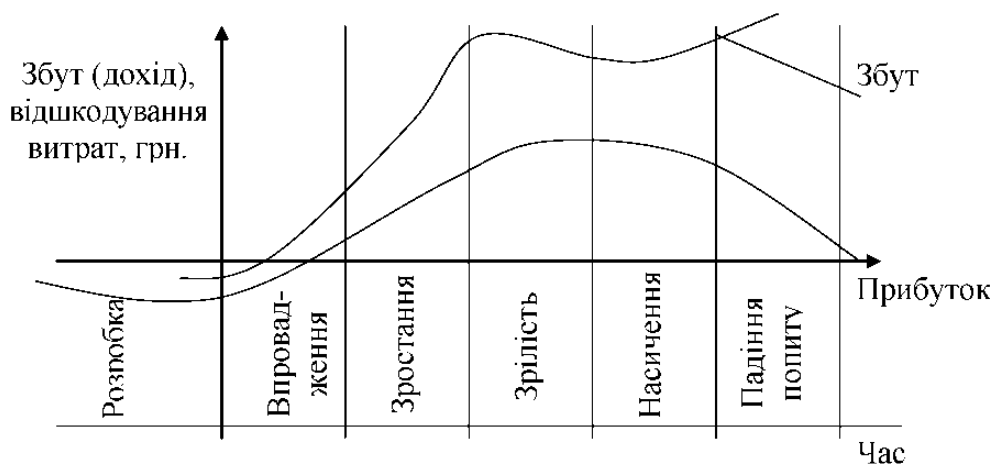


Рис.1.1 Життєвий цикл інноваційного продукту

Джерело: [27, с. 14]

Саме на стадії розробки нового продукту відбувається вкладення коштів. Як можна побачити, найбільшого економічного ефекту від інновації слід чекати на етапі зрілості, оскільки попит на продукцію є максимально високим.

Теоретично, чим «молодша» фаза, на якій знаходиться нововведення, тим більше його перспективи на ринку. Але багато залежить від того, як довго новий продукт буде розроблятися і просуватися на ринок.

Тому, чим швидше здійснюється інноваційний процес, тим більша ймовірність того, що нововведення буде мати успіх. Іноді впровадження нововведення розтягується на довгі роки, а за цей період з'являються інші інновації, і продукт в результаті вже не матиме великої цінності [37, с.216].

На сучасному етапі ринкової економіки високий рівень конкуренції вважається нормальним явищем, тому підприємство змушене за допомогою інновацій та інноваційного процесу, знаходити і створювати оригінальні конкурентні переваги своєї продукції. Інноваційні перетворення зачіпають всі сфери діяльності підприємства і повинні бути спрямовані, в першу чергу, на задоволення суспільних потреб.

Тобто, в даний час, без застосування інновацій неможливе створення наукомісткої конкурентоспроможної продукції. Слід зауважити, що не всі інновації настільки необхідні підприємству. Інноваційна діяльність передбачає високий рівень ризику, а також великі фінансові витрати, тому, до питання впровадження інновації треба підходити свідомо, розрахувавши заздалегідь доцільність і ризику. Технологія формування інноваційної діяльності повинна включати в себе етапи збору і аналізу необхідної інформації, прогнозування результатів інноваційної діяльності, реалізацію творчого потенціалу трудового колективу, наявність нормативної бази і налагоджених механізмів прийняття рішень.

Дуже важлива стадія завершення інноваційного процесу і виходу продукту (інновації) на ринок, тому що велика кількість інноваційних ідей не доходять до стадії реалізації в силу. В першу чергу, це пов'язано з недостатніми інвестиціями на стадії розробки.

Отже, інноваційний розвиток дуже тісно пов'язаний з фінансовою складовою, це зумовлює економічний зміст поняття «інновації» та «інноваційний розвиток».

1.2. Інновації та інноваційні процеси, їх види та характеристика

Інноваційні процеси є сукупністю якісно нових прогресивних змін, що відбуваються у виробничо-господарській системі.

Інноваційний процес пов'язаний зі створенням, освоєнням і розповсюдженням інновацій. У відповідності з міжнародними стандартами інновація визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності, який отримав втілення у вигляді нових або вдосконалених продуктів, технологічних процесів, впроваджених на ринку, або у новому підході до соціальних послуг. Тому інновацію-результат слід розглядати нерозривно з інноваційним процесом.

Новинкою є новий порядок, новий метод, винахід; нововведення означає, що новинка використовується, а з моменту її розповсюдження вона стає інновацією. Інновації мають такі властивості: науково-технічна новизна; можливість виробничого використання; комерційна реалізація [8, с. 135].

Комерційний аспект визначає інновацію як економічну необхідність, створену через потребу ринку. Розрізняють три логічні форми інноваційного процесу:

1). простий внутрішньо-організаційний інноваційний процес передбачає створення і використання новинки всередині однієї організації; новинка не набуває безпосередньо товарної форми;

2). простий міжорганізаційний інноваційний процес – новинка виступає предметом купівлі-продажу; така форма інноваційного процесу означає відокремлення функції розробника новинки від функції її споживання;

3). розширений інноваційний процес проявляється у порушенні монополії виробника, що сприяє через конкуренцію вдосконаленню споживчих властивостей продукції, що випускається [18, с. 38].

В інноваційному процесі, крім створення новинок, важливе значення мають розповсюдження інновацій та їх дифузія.

Розповсюдження інновацій - це інформаційний процес, форма і швидкість якого залежить від особливостей сприйняття інформації господарюючими суб'єктами, їх здатності до практичного використання цієї інформації і т.д. В реальному економічному середовищі підприємства мають неоднакове ставлення до пошуку інновацій і різну спроможність до їх засвоєння.

Дифузія інновацій - це розповсюдження уже деінде освоєної і використовуваної інновації в нових умовах або місцях використання. В результаті дифузії зростає кількість як виробників, так і споживачів та змінюються їх якісні характеристики.

В реальних інноваційних процесах швидкість дифузії нововведень залежить від різних чинників: форми прийняття рішення, способу передачі інформації та інше [14, с. 80].

У звичайному розумінні інноваційні процеси, що мають місце у будь-якій складній виробничо-господарській системі, характеризуються сукупністю безперервно виникаючих у часі і просторі прогресивних, якісно нових змін. Результатом інноваційних процесів є новини, а їх впровадження у бізнес-практику визнається нововведенням. Інноваційні процеси започатковуються певними галузями науки, а завершуються у сфері виробництва, спричиняючи у ній прогресивні зміни. Новини і нововведення на підприємствах з'являються не лише через суспільні потреби і результати власних фундаментальних наукових досліджень, але й використання зарубіжного прогресивного досвіду в галузі технології та організації виробництва, сучасних форм управління.

За своїм характером інноваційні процеси, новини і нововведення поділяються на взаємопов'язані певні їх види (рис. 1.2).

Технічні новини і нововведення проявляються у формі нових продуктів (виробів), технологій їх виготовлення, засобів виробництва (машин, устаткування енергії, конструкційних матеріалів).

Організаційні нововведення охоплюють нові методи і форми організації всіх видів діяльності підприємств та інших ланок суспільного виробництва (організаційні структури управління сферами науки і виробництва, форми

організації різних типів виробництва і колективної праці тощо):

-економічні - методи господарського управління наукою і виробництвом через реалізацію функцій прогнозування і планування, фінансування, ціноутворення, мотивації та оплати праці, оцінки результатів діяльності;

- соціальні - різні форми активізації людського чинника: професійна підготовка і підвищення кваліфікації персоналу, в першу чергу - складу керівників усіх рівнів; стимулювання його (їх) творчої діяльності;

- поліпшення умов і постійного підтримання високого рівня безпеки праці;

- охорона здоров'я людини і навколишнього природного середовища;

- створення комфортних умов життя тощо);

- юридичні - нові і змінені закони та різноманітні нормативно-правові документи, що визначають і регулюють усі види діяльності підприємств і організацій[18, с. 38].

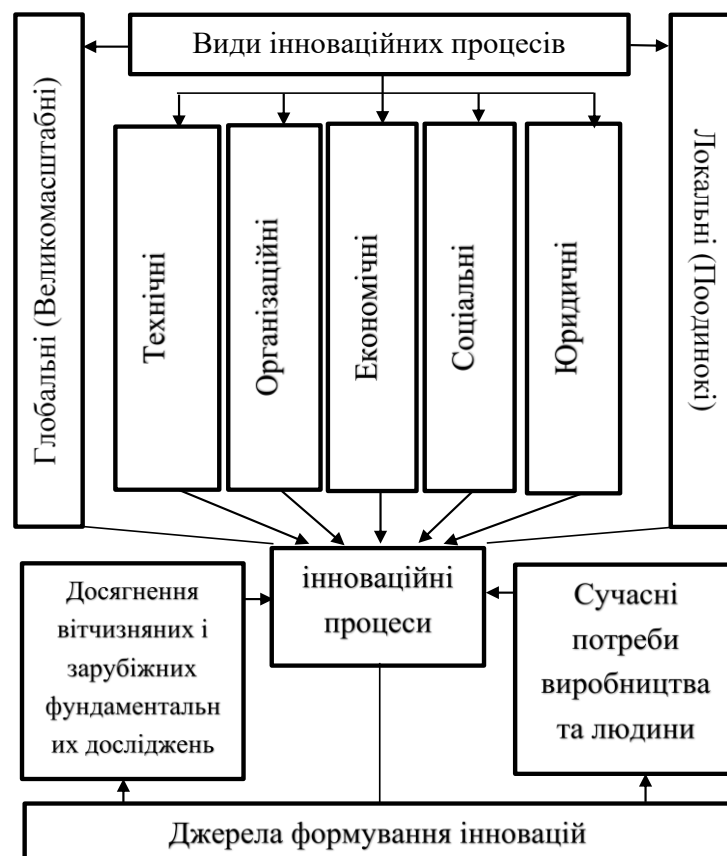


Рис. 1.2. Класифікація інноваційних процесів (новин, нововведень)[18, с. 38]

За масштабністю і ступенем впливу на ефективність діяльності певних

ланок суспільного виробництва всі новини та нововведення можна об'єднати у дві групи - локальні (поодинокі, окремі) та глобальні (великомасштабні).

Якщо локальні нововведення призводять переважно до еволюційних перетворень у сфері діяльності підприємств і через це не справляють особливо істотний вплив на ефективність їх функціонування і розвитку, то глобальні, що у своїй більшості є принципово новими, мають кардинально підвищувати організаційно-технічний рівень виробництва і завдяки цьому забезпечувати суттєві позитивні зрушення в економічних і соціальних процесах [18, с. 39].

Між окремими видами інноваційних процесів (новин, нововведень) існує порівняно тісний взаємозв'язок. Технічні новини обумовлюють, перш за все, відповідні організаційні нововведення, а останні вимагають, як правило, певних змін у економічному механізмі діяльності підприємств. Зокрема, створення і розвиток гнучких автоматизованих виробництв на підприємствах різних галузей спричиняють докорінні зміни в організації технічної підготовки виробництва, методах його поточного планування та оперативного регулювання, а також перехід до безперервного (тризмінного) режиму роботи цехів з гнучкими виробничими системами.

Ефективні технічні, організаційні та економічні нововведення неодмінно призводять до помітних позитивних змін у соціальних процесах на підприємствах, а зростаюча актуалізація нагальних завдань соціального характеру ініціює їх розв'язання за допомогою нових організаційно-технічних і економічних рішень. Зрештою, всі нововведення на підприємствах, які зорієнтовані на динамічний розвиток і невинне підвищення ефективності виробництва, мають спиратися на власні юридичні підвалини, відповідні нормативно-законодавчі акти. Інакше вони не зможуть справляти належний вплив на масштаби і терміни досягнення соціально-економічних цілей діяльності підприємств і організацій.

1.3. Основні інноваційні стратегії

Забезпечення конкурентоспроможності організації в довгостроковій перспективі ґрунтується на інноваціях в економічній, виробничій, маркетинговій, соціальній, управлінській сферах. Тому для планування та впровадження інновацій розробляються інноваційні стратегії.

Інноваційні стратегії спрямовані на пошук найперспективніших напрямів розвитку організації, випуску нових видів продукції та послуг з використанням наукових досліджень, передових технологій, які забезпечують ефективне використання ресурсів.

Інноваційна стратегія - це узгоджена сукупність управлінських рішень, що впливають на інноваційну діяльність підприємства і мають довгострокові наслідки [15, с. 133].

Стратегія підприємства є основою формування стратегії інноваційного розвитку, визначає роль, місце, базу і сутність інноваційної діяльності, в той же час інноваційна стратегія поглиблює, уточнює і сприяє реалізації стратегії підприємства.

Між загальною та інноваційною стратегією існує певний зв'язок, який реалізується при впровадженні у виробництво нового продукту. Стратегія впровадження нової продукції визначає, що, коли і як необхідно виробляти, на якому рівні, при яких умовах. Важливе співвідношення стратегії нововведень і загальної стратегії підприємства, оскільки якщо нововведення виникають ізольовано, то їх впровадження опиняється під загрозою.

Інноваційна стратегія забезпечує динамічний розвиток підприємства, впливає на вибір загальної стратегії, визначає тип останньої.

Одним з видів інноваційної стратегії є стратегія НДДКР, що розробляється на функціональному рівні. Цей вид стратегії відображає більш конкретизовані

способи досягнення інноваційних цілей, тобторозроблення та виведення на ринок нового продукту [29, с. 171].

Зважаючи на те, що цілі інноваційної діяльності підприємства впливають на вибір стратегії розвитку підприємства, стратегія НДДКР, як функціональна, має відповідати обраним стратегіям вищого рівня, тому процес її розробки це складний ланцюг процесів з узгодження цілей стратегій різного рівня, їх взаємопроникнення та взаємозв'язку.

При виборі інноваційної стратегії визначають цілі, що пов'язані з досягненням стратегічних цілей підприємства.

Класифікувати інноваційні стратегії можна за певними ознаками(рис. 1.3).

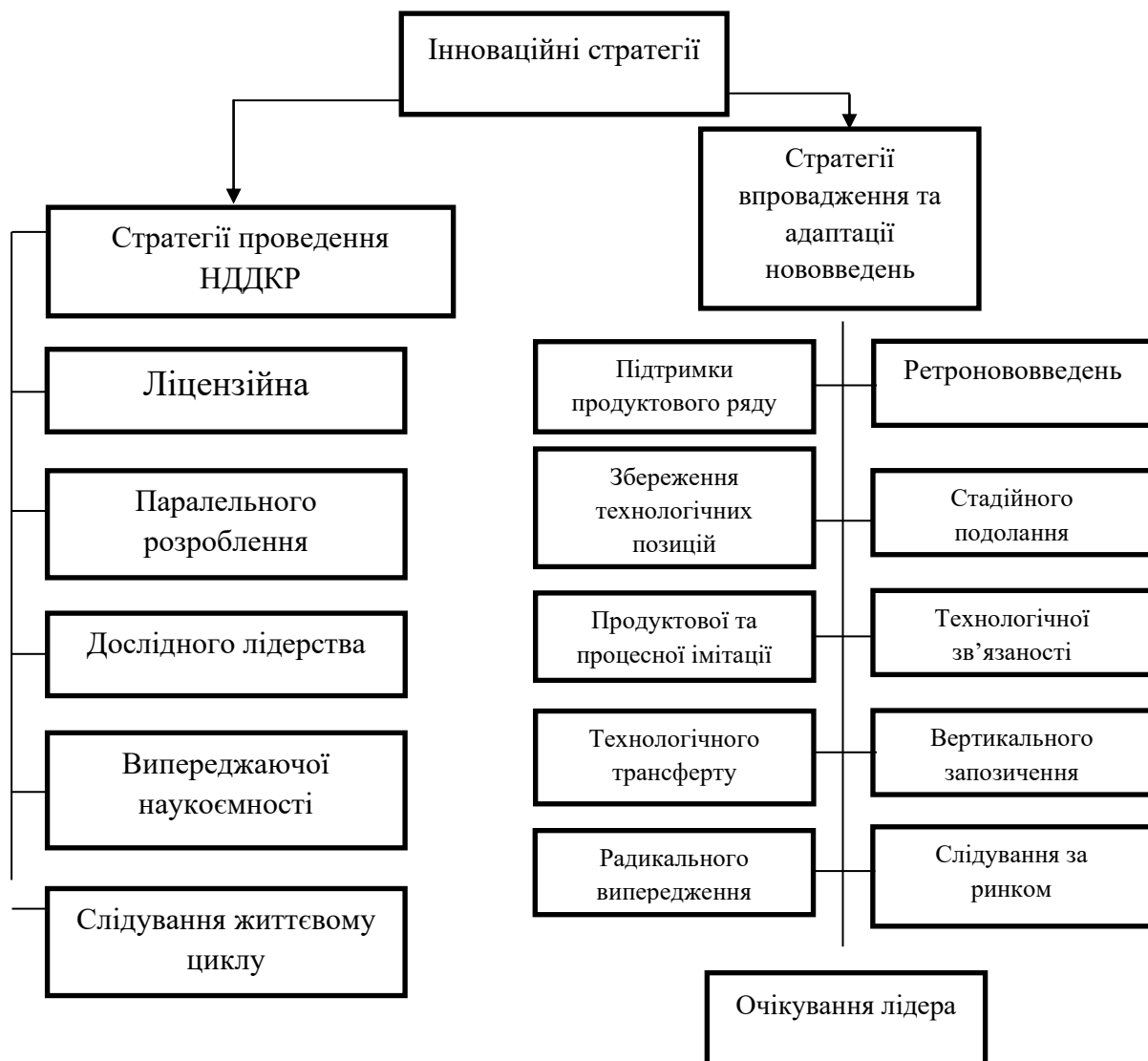


Рис. 1.3. Класифікація інноваційних стратегій

Згідно з типами стратегій організації, інноваційні стратегії можна розглядати як:

- продуктові (портфельні, підприємницькі чи бізнес-стратегії, спрямовані на створення та реалізацію нових виробів, технологій та послуг);
- функціональні (науково-технічні, виробничі, маркетингові, сервісні);
- ресурсні (фінансові, трудові, інформаційні і матеріально-технічні);
- організаційно-управлінські (технології, структури, методи, системи управління).

В основу розроблення інноваційної стратегії покладені теорія життєвого циклу продукту, ринкова позиція підприємства, обрана інноваційна політика.

Характерною ознакою наступальної стратегії є позиція лідерства підприємства з точки зору інновацій на визначеному сегменті ринку.

Головною ознакою цієї стратегії є пошук оптимального співвідношення «витрати - результат» в інноваційному процесі.

Імітаційна стратегія використовується фірмами, що мають слабкі ринкові позиції, які не є піонерами у випуску нововведень. В цьому випадку копіюються основні споживчі властивості нововведень, які випустили на ринок малі інноваційні фірми або лідери [17, с. 57].

Основою стратегії агресивних ринкових дій фірм, що досягають переважаючої переваги на ринку, є орієнтація на випередження в інноваційній діяльності своїх конкурентів та нарощування цього відриву.

За наявної другої позиції серед найкращих виробників можна використовувати стратегію помірно наступальну. Зазвичай її застосовують потужні і великі підприємства. Складність цієї стратегії з точки зору управління полягає в тому, що необхідно постійно утримуватись на другому місці в групі претендентів на лідерство, проводити ефективну інноваційну політику.

Оборонна стратегія притаманна середнім підприємствам, які прагнуть зберегти свої позиції. Ця стратегія передбачає значну економію на дослідженнях і

розробках, пов'язаних із завоюванням і утриманням лідируючих позицій в інноваційній діяльності.

Проміжна стратегія характеризується використанням слабких сторін конкурентів і сильних сторін підприємства. Підприємства заповнюють прогалини в спеціалізації інших підприємств, включно з лідерами галузі.

Розбійницька стратегія може бути використана, коли принципові новації впливають на техніко-експлуатаційні параметри виробів, які випускалися раніше.

Залишкова стратегія передбачає прагнення виробника закріпитись на вже завойованому ринку із середніми або навіть застарілими в інноваційному розумінні виробами [17, с. 58].

За стадіями інноваційного процесу інноваційні стратегії можна об'єднати у дві групи: стратегії проведення НДДКР та стратегії впровадження та адаптації нововведень. Перша група пов'язана з проведенням підприємством досліджень та розробок. Ці стратегії визначають характер залучення ідей, інвестування НДДКР, їх взаємозв'язку з існуючими продуктами і процесами.

Ліцензійна стратегія - підприємство засновує свою діяльність на купівлі дослідницьких ліцензій на результати досліджень та розробок контрактних науково-технічних організацій чи інших підприємств.

Стратегія паралельного розроблення передбачає придбання технологічної ліцензії на новий готовий продукт або процес для їх дослідного освоєння і проведення з урахуванням освоєння власних розробок і подальшого виробництва технології вже за результатами власних розробок.

Стратегія дослідного лідерства спрямована на досягнення довгострокового перебування підприємства на передових позиціях у сфері НДДКР у визначених напрямках.

Стратегія випереджаючої наукоємності характеризується прагненням мати наукоємність вищу від середнього рівня по галузі.

Друга група стратегій належить до системи оновлення виробництва, виведення продуктів на ринки, використання технологічних переваг, це такі стратегії:

Стратегія підтримки продуктового ряду належить до числа найпростіших. Її суть зводиться до прагнення підприємства покращувати споживчі якості традиційних товарів, які не піддаються сильному моральному старінню.

Стратегія ретроновведень застосовується до застарілих виробів, але таких, що ще користуються попитом і перебувають в експлуатації. Інновації будуть спрямовані на удосконалення процесів їх виготовлення.

Стратегія збереження технологічних позицій. Підходить для підприємств, які займають сильні конкурентні позиції, але через певні причини на деяких етапах розвитку відчують сильний і неочікуваний натиск з боку конкурентів і не можуть вкладати необхідних коштів в оновлення виробництва продукції. Така стратегія не може бути успішною в довготривалому періоді.

Стратегія слідування за ринком націлює підприємство на випуск найбільш рентабельної продукції з найвищим рівнем попиту на даний момент. Може бути використана на початкових стадіях розвитку фірми, коли ще чітко не визначені її місія і профіль діяльності.

Стратегія радикального випередження. Відображає прагнення підприємства вийти першим на ринок з радикально новими продуктом або технологією його виробництва. Потребує реалізації двох стратегій НДДКР - лідерства та випереджаючої наукоємності. Ця стратегія дуже дорога та ризикова. Її доцільно застосовувати невеликими молодим фірмам.

Стратегія очікування лідера приймається великими підприємствами-лідерами в періоди виходу на ринок нових продуктів, попит на які ще не визначений. Першою на ринок виходить невелика фірма, а потім, у випадку успіху, ініціативу перехоплює лідер [17, с. 59].

Інноваційні стратегії можна також розглядати з точки зору застосування не лише в простих організаційних структурах, а й у великих структурах, що включають у себе кілька відносно відокремлених структур. У цьому випадку інноваційна стратегія визначає характер взаємодії учасників структур.

Отже, стратегії групових виробничо-економічних систем також класифікують за стадіями здійснення інноваційного процесу.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

2.1. Загально-економічна характеристика ПрАТ «Юрія»

Приватнеакціонерне товариство «Юрія» створено на базі Черкаського державного молокозаводу, який був збудований у грудні 1964 року [32].

В 1970 і 1977 роках було проведено реконструкцію заводу, і потужність збільшилася з 25 до 67 тонн в зміну. Але і при такій потужності завод не міг забезпечити населення міста молокопродуктами, тому в 1986-1987 році проведено нову реконструкцію підприємства, в ході якої були побудовані нові цехи та виробництва, оновлене практично все обладнання, виробничі потужності збільшено до 410 тонн переробки сировини за добу.

В 1992 році підприємство стало орендним, а у 1994 році згідно з рішенням керівництва підприємства, на підставі відповідного установчого договору, завод був приватизований і отримав нову юридичну назву – ЗАТ «Юрія». В 1996 році була зареєстрована торгова марка «Волошкове поле».

Юридична адреса ПрАТ «Юрія»: м. Черкаси, Придніпровський р-н, вул. Кобзарська, буд. 108. [32]

У 2010 році підприємство було перейменоване на ПрАТ «Юрія» [33].

2012 рік – це хвиля змін та інновацій на підприємстві. ТМ «Волошкове поле» здобуває популярності, як інноваційна компанія, презентуючи ринку серію молочних продуктів термостатного способу виробництва в скляних баночках, та пляшках, за рахунок чого розширяє ринки збуту та входить до торгових мереж національного рівня.

У 2014 році створена розгалужена система збуту продукції за допомогою прямих продажів, через дистрибуцію, та торгові будинки по всій території України, яких на сьогодні тринадцять. ТМ «Волошкове поле» – популярний молочний бренд національного рівня, який входить в ТОП-10 найбільших виробників молочної продукції[32].

У 2016 році бізнес планом було передбачено та впроваджено оснащення виробничих цехів додатковою лінією для виробництва сирків глазурованих та лінією по розфасовці продукції в сімейний формат упаковки пюр/пак 1500г[32].

У 2018 році побудовано, та впроваджено в дію цех розфасовки ультра пастеризованого молока на Швецькій лінії компанії «ТЕТРА ПАК» в форматі упаковки ТВА, ТФА. Цех розфасовки молока і кисломолочної продукції в упаковку плівка, був оснащений, додатковою лінією «MILK PACK». В рамках аудиту ПрАТ «Юрія» довела відповідність діяльності підприємства діючим стандартам та отримала сертифікати міжнародного рівня.

З метою своєчасної реалізації продукції на підприємстві ефективно функціонує розгалужена система збуту на території України – Черкаська, Дніпропетровська, Запорізька, Одеська, Миколаївська, Кіровоградська, Вінницька, Херсонська, Полтавська, Чернівецька області. Крім цього, вже два роки ПАТ «Юрія» експортує свою продукцію, співпрацюючи з такими компаніями як «Sherif» (Придністров'є), «Hagrus-Group» (Молдова).

Частка продажу на експорт складає 17% від загальної частки продажу молочної продукції.

Місія ПрАТ «Юрія» - розвиток українського бізнесу і ділової культури через вдосконалення власного науково-технологічного та кадрового потенціалу [33].

Основна ціль ПрАТ «Юрія» у сфері якості та безпечності харчових продуктів, а саме виробництво:

- молока коров'ячого питного пастеризованого, пряженого;
- сирів кисломолочних, м'яких, плавлених, виробів сиркових;
- продуктів кисломолочних (кефіру, ряжанки, сметани, йогуртів, біфідойогуртів);
- десертів;
- вершків пастеризованих;
- масла солодковершкового;
- казеїну.

Їхня якість та безпечність повинна повністю задовольняти вимоги та побажання Споживачів, нормативні та законодавчі вимоги [33].

Досягнення цієї мети забезпечить підприємству лідируюче положення на внутрішньому і зовнішньому ринках, приведе до отримання підприємством стабільної рентабельності, задоволенню моральних та матеріальних потреб співробітників, і як наслідок, до задоволення потреб суспільства у цілому.

Основним внутрішнім елементом ПрАТ «Юрія» є організаційна структура, що характеризує саме співвідношення функціональних рівнів планування, які забезпечують досягнення стратегічних цілей підприємства.

Організаційна структура управління ПрАТ «Юрія» зображена на рис. 2.1.



Рис.2.1. Організаційна структура управлінняПрАТ «Юрія» [33]

Аналіз рисунку 2.1 дає можливість стверджувати, щоПрАТ «Юрія» має лінійно-функціональну структуру управління.

Спеціалізація управлінського процесу на підприємстві відбувається за функціональними підсистемами, при цьому, по кожній з них, формується ієрархія

служб, а саме: директорів, безпосередньо, підпорядковуються начальники відділів функціональних підсистем, їм в свою чергу підпорядковуються відповідні відділи та служби.

Для проведення аналізу техніко-економічних показників діяльності підприємства скористаємось даними форми 1 «Баланс» та форми 2 «Звіт про фінансові результати» за 2018-2020 рр., які наведені відповідно у Додатках.

Таблиця 2.1

Розрахунок техніко-економічних показниківПрАТ «Юрія» за 2017-2019 рр.

№	Показники	Методика розрахунку	Роки		
			2018	2019	2020
1.	Продуктивність праці за реалізованою продукцією, тис. грн./чол.	Обсяг реалізованої продукції (ф. 2 ряд. 2000) Чисельність середньооблікового персоналу, чол.	293,78	181,67	183,63
2.	Фондовіддача за реалізованою продукцією, грн./грн.	Вартість реалізованої продукції (ф.2 ряд. 2000) Середньорічна вартість основних виробничих фондів, тис. грн.	39,63	1,76	1,54
3.	Середньорічна вартість основних виробничих фондів, тис. грн.	Залишкова вартість основних виробничих фондів на початок року+ залишкова вартість основних виробничих фондів на кінець року (ф.1 ряд. 1010) 2	7264	101174	116916,5
4.	Фондомісткість грн./грн.	Середньорічна вартість основних виробничих фондів, тис.грн. Вартість реалізованої продукції (ф.2 ряд 2000)	0,03	0,57	0,65

Продовження табл. 2.1.

5.	Фондоозброєність, тис. грн./чол.	Середньорічна вартість основних виробничих фондів, тис. грн.	7,41	103,24	119,3
		Чисельність середньооблікового персоналу, чол.			
6.	Фондорентабельність, грн./грн.	Чистий прибуток підприємства тис. грн.(ф.2 р.2350)	2,18	0,28	0,23
		Середньорічна вартість основних виробничих фондів, тис. грн.			

Показник продуктивності праці за реалізованою продукцією у 2019 р. році зменшився, порівняно з 2018 роком, а згодом – почав збільшуватися.

Фондовіддача за реалізованою продукцією поступово зменшується. У 2018 році, було вироблено продукції та надано послуг на суму 39.63 грн. на кожну використану гривню основних засобів. З 2019 року показник різко зменшується до 1,76 грн., а у 2020 році - він становить 1,54 грн. Спостерігається зниження обсягу продажів.

Що стосується середньорічної вартості основних виробничих фондів, то за 2018-2020 рр. вони зросли з 7264 тис. грн. до 116916,5 тис. грн.

Фондомісткість характеризує рівень середньорічної вартості основних виробничих фондів на одиницю вартості виробленої валової продукції. Вважається нормальним, коли фондомісткість має тенденцію до зниження, за рахунок більш низьких темпів росту вартості основних виробничих фондів порівняно з темпами росту вартості валової продукції. В даному випадку показник фондомісткості зростає, якщо у 2018 він становив 0,03 грн./грн., то у 2019 р. – 0,57грн./грн., а у 2020 році - 0,65 грн./грн.

Порівнюючи фондоозброєність даного підприємства можна помітити, що вона має тенденцію до зростання. Це характеризує позитивний вплив на ступінь технічної оснащеності праці, а також позначається на продуктивності праці персоналу. Якщо порівнювати показник фондорентабельності, то він спадає: у

2018 році він становив 2,18 грн./грн., у 2019 – 0,28 грн./грн. та у 2020 – 0,23 грн./грн. Ця тенденція є негативною, адже показник характеризує неефективне використання основних фондів за величиною одержаного доходу.

Ліквідність характеризує здатність підприємства швидко перетворити активи на гроші. Оцінюючи ліквідність підприємства, аналізують достатність поточних (оборотних) активів для погашення поточних зобов'язань – короткострокової кредиторської заборгованості [9, с. 69].

Розрахунок показників ліквідності підприємства ПрАТ «Юрія» за 2018-2020 рр.:

Коефіцієнт покриття (загальний коефіцієнт ліквідності) показує, скільки гривень оборотних активів підприємства припадає на одну гривню поточних зобов'язань. Якщо оборотні активи перевищують за величиною поточні зобов'язання, то підприємство вважається ліквідним. Нормативне значення коефіцієнта - > 2 [10, с. 49].

Розрахунок коефіцієнта покриття здійснюється з використанням кодів балансу:

$$K_{\text{п}} = \Phi. 1 \text{ р. } 1195 : \Phi. 1 \text{ р. } 1695 \quad (2.1)$$

Коефіцієнт швидкої ліквідності (коефіцієнт «критичної оцінки» проміжний коефіцієнт ліквідності) показує, яка частина зобов'язань може бути погашена не лише за рахунок грошових коштів, але й за рахунок, очікуваних надходжень, відвантаженої продукції (виконані роботи, надані послуги) [10, с. 49].

$$K_{\text{ш. л.}} = \Phi. 1 \left(\sum (p. 1120 + p. 1130 + \dots p. 1165) \right) : \Phi. 1 \text{ р. } 1695 \quad (2.2)$$

Нормативне значення коефіцієнта - > 1 .

Розрахунок коефіцієнта абсолютної ліквідності здійснюється з використанням кодів балансу за такою формулою:

$$K_{\text{аб. л.}} = \Phi. 1 (p. 1160 + p. 1165) : \Phi. 1 \text{ р. } 1695 \quad (2.3)$$

Відобразимо розраховані показники в таблиці 2.2., наведеній нижче.

Дуже низькі значення показника на 31.12.2019 р. пов'язане з відсутністю залишку грошових коштів, їх еквівалентів в іноземній валюті та поточних фінансових інвестицій на балансі підприємства. Значення коефіцієнта абсолютної

ліквідності на 31.12.2018 р. – становило 1,09, на 31.12.2019 – 0,03, і на 31.12.2020 р. – 0,3.

Таблиця 2.2.

Показники ліквідності ПрАТ «Юрія» за 2018-2020 роки

Показник	На 31.12. 2018р.	На 31.12. 2019р.	На 31.12. 2020р.
1. Коефіцієнт покриття (загальний коефіцієнт ліквідності)	21,25	16,62	56,62
2. Коефіцієнт швидкої ліквідності	16,91	15,53	51,21
3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,09	0,03	0,3

Наступним етапом аналізу є оцінка довгострокової платоспроможності ПрАТ «Юрія».

Рентабельність - це рівень прибутковості, що вимірюється у відсотках. Підприємство вважають рентабельним, якщо доходи від реалізації продукції (робіт, послуг) покривають витрати виробництва і, крім того, забезпечує суму прибутку, достатню для нормального функціонування підприємства [30, с. 408].

Розрахунок показників рентабельності ПрАТ «Юрія» за 2018-2020 рр. наведений у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3.

Показники рентабельності ПрАТ «Юрія» за 2018-2020 рр.

№	Показники	Методика розрахунку	Роки		
			2018	2019	2020
1.	Рентабельність продажу	Чистий прибуток (ф. 2 р. 2350)	0,06	0,16	0,15
		Чистий дохід від реалізації(ф.2 р. 2000)			

Продовження табл. 2.3

2.	Рентабельність активів, %	Чистий прибуток(ф.2 р. 2350) (Активи на п. періоду + активи на к. періоду)/2	1,98	0,14	0,15
3.	Рентабельність власного капіталу, %	Чистий прибуток (ф.2 р. 2350) (Власний капітал поч. періоду+ власний капітал на к. періоду)/2	0,06	0,09	0,08

Рентабельність продажу характеризує здатність підприємства отримувати прибуток. За три аналізовані роки спостерігається позитивна динаміка збільшення рентабельності продажу з 0,06 у 2018 році до 0,15 у 2020 році.

Протягом 2018-2020 рр. рентабельність активів різко знизилася. Якщо у 2018 р. ПрАТ «Юрія» отримало 1,98% чистого прибутку на кожну вкладену гривню активів, то у 2020 р. – вже 0,15%. Факторами такого зниження є зменшення суми чистого прибутку.

Рентабельність власного капіталу компанії у 2018 р. підвищується до 9% у порівнянні з 2017 роком. Проте, у 2020 р. – знижується до 8%.

Загалом можна зробити висновок про те, що підприємство є рентабельним та платоспроможним.

2.2. Аналіз мікро- та макросередовища підприємства

У ході аналізу внутрішнього середовища вивчається місія, цілі, організаційна структура, персонал, завдання та фінансові результати діяльності ПрАТ «Юрія».

Місія ПрАТ «Юрія» полягає у задоволенні потреб споживачів у якісній молочній продукції з метою отримання прибутку та внесенні посильного вкладу в економічний розвиток України [33].

Досягненню визначеної місії сприяють такі довгострокові цілі ПрАТ «Юрія»: розширення клієнтури шляхом пошуку та залучення нових замовників; збільшення об'ємів виробництва; збереження позиції підприємства на українському ринку шляхом постійного покращення якості; вчасне і повне забезпечення підприємства необхідними матеріалами для виробництва; впровадження у виробничі процеси прогресивних технологій і нової техніки; підвищення рівня мотивації персоналу.

На ПрАТ «Юрія» обов'язки по управлінню персоналом входять до компетенції завідуючого з питань роботи з персоналом. За роботу з матеріальними об'єктами відповідає начальник з господарського забезпечення роботи підприємства.

До завдань тестової лабораторії входять обов'язкова перевірка на якість сировини, яка поступає на заводи, тестування готової продукції, впровадження власних розробок та вдосконалень. Виробничий підрозділ організовує роботу цехів, слідкує за вчасними поставками сировини та матеріалів, планує розподіл матеріальних ресурсів.

З інформаційною діяльністю в найбільшій мірі пов'язана праця фінансового директора. Завданнями фінансового відділу та бухгалтерії є обробка і аналіз даних по підприємству, складання періодичної звітності, надання відповідної інформації контролюючим органам і т.д.

Відділ договорів забезпечує дотримання умов, визначених укладеними контрактами зі споживачами продукції, яку виробляє підприємство, стежить за вчасним їх виконанням [33].

Проаналізуємо чисельність, склад та структуру персоналу ПрАТ «Юрія». Дані для цього подамо у таблицях 2.4.-2.6.

Дані про склад персоналу підприємства за 2018-2020 рр. відображено у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4.

Загальна структура персоналу ПрАТ «Юрія» по категоріях зайнятих за
2018-2020 рр.

Категорія зайнятих	2018 р.		2019 р.		2020 р.		Відхилення питомої ваги у % 2020 р. від	
	кіль- кість, осіб	питома вага, %	кількість, осіб	питома вага, %	кіль- кість, осіб	питома вага, %	2018 р.	2019 р.
Управлінський персонал	95	25,33	121	35,48	121	35,48	10.15	0
У тому числі: Керівники Спеціалісти Технічні працівники	79	21,06	71	20,82	71	20,82	-2.4	0
Виробничий персонал	280	74,67	220	64,52	220	64,52	- 10.15	0
Разом	375	100	341	100	341	100	0	0
Виробничий персонал на одного управлінського, осіб	2,95	0,79	1,82	0,53	1,82	0,53	-0.26	0
Частка управлінського персоналу, %	3,11	0,83	1,5	0,44	1,5	0,44	-0.39	0

Як суб'єкт управління виступають керівники і спеціалісти, які виконують функції управління стосовно своїх підлеглих. Так, на ПрАТ «Юрія» загальна чисельність працюючих у 2019 році становила 341 осіб, з них основного виробничого персоналу 220 чол., спеціалістів 50, а керівників 21 чол. Жінки на підприємстві становлять 38%, а чоловіки відповідно 62%.

Склад персоналу за віковою структурою на ПрАТ «Юрія» характеризується наступними показниками у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5.

Розподіл працівників ПрАТ «Юрія» за віковими групами

Вік	2018 р.		2019 р.		2020 р.		Відхилення 2020 р. до 2018 р.	
	Кіл-ть осіб	Питома вага, %	Кіл-ть осіб	Питома вага, %	Кіл-ть осіб	Питома вага, %	%	Пунктів структури
15-29	58	15,47	100	29,33	100	29,33	13,86	0
30-49	239	63,73	202	59,24	202	59,24	-4,49	0
50-54	68	18,13	36	10,56	36	10,56	-7,57	0
55-59	10	2,67	3	0,88	3	0,88	-1,79	0
Разом	375	100	341	100	341	100	0	0

За даними аналізу на підприємстві працюють люди в основному від 30 до 49 років, тобто більша частка персоналу середнього віку.

Статева структура працівників ПрАТ «Юрія» наведена у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6.

Статева структура працівників ПрАТ «Юрія» у 2018-2020 рр.

Стать	Кількість по роках, осіб			У % до загальної чисельності (питома вага)			Відхилення питомої ваги у % 2020 р. від	
	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2019 р.	2018 р.
Персонал в цілому								
Чоловіки	200	230	230	53,3	67,45	67,45	0	14,15
Жінки	175	111	111	46,7	32,55	32,55	0	-14,15
РАЗОМ	375	341	341	100	100	100	0	0

Таблиця 2.6. свідчить, що у 2018-2020 роках питома вага чоловіків в цілому на підприємстві була переважна більшість і складала 53,3%, 67,45%, 67,45% відповідно. Отже, за аналізований період жінок на підприємстві було менше. У 2018 році на підприємстві переважали чоловіки над жінками – 53,3% та 46,7%, відповідно. 2019 рік характеризується такими показниками: питома вага чоловіків на підприємстві суттєво переважає над питомою вагою жінок – 67,45% та 32,55%. 2020 рік характеризується аналогічними показниками 2019 року.

У ПрАТ «Юрія» проводиться робота по вихованню та формуванню резерву для висунення на керівні посади, особливо серед молодих і перспективних

спеціалістів. Зараховані до резерву спеціалісти підвищують свої знання на курсах підвищення кваліфікації, семінарах, стажування, тренінгах.

Середовище непрямого впливу складніше, ніж середовище прямого впливу. Керівництво підприємства вимушене приймати свої рішення на прогнозах про існування і вплив середовища, аналізуючи неповну інформацію, у спробах визначити можливі наслідки для організації.

Постачальницька база ПрАТ «Юрія» охоплює Звенигородський, Золотоніський район та частину Уманського району Черкаської області. Молоко як сировину на підприємство постачають сільськогосподарські підприємства (у тому числі фермерські) та особисті господарства населення, проте більша частина загального обсягу молока виробляється особистими господарствами ПрАТ «Юрія».

Станом на 2020 рік, частка господарств ПрАТ «Юрія» у структурі поставок молока склала 78%. Закупівельні ціни молока для особистих господарств населення коливаються в межах 3.5-3.7 грн. за 1 літр, для сільськогосподарських підприємств - 4.3-4.35 грн.

Поставки молока на ПрАТ «Юрія» мають яскраво виражений сезонний характер. Пік поставок припадає на три місяці - травень, червень та липень, найменше молока постачається відповідно у зимових місяцях - грудні, січні та лютому. Цей чинник має великий вплив на обсяги виробництва молочної продукції на підприємстві. Якщо в теплу пору року підприємство працює на повну потужність, то в холодну пору року внаслідок зменшення об'єму поставок сировини виробничі можливості використовуються не на повну силу.

На сьогоднішній день ПрАТ «Юрія» доводиться конкурувати як з місцевими виробниками, так і з гігантами сфери виробництва молочних продуктів - холдингами «Юнімілк-Україна», «Вімм-Білл-Данн», «Лакталіс-Україна», «Клуб сиру», «ФудМастер».

Сумарна частка цих компаній на ринку складає близько 44%. Якщо на ринку Черкаської області підприємство займає міцні позиції і є лідером з

виробництва молочної продукції, а також налагоджує експортні зв'язки, токонкурувати з вищенаведеними холдингами важко.

Головна причина неконкурентоспроможності, на мою думку, полягає у тому, що на підприємстві часто не вистачає коштів, потрібних для технічної модернізації, розширення географії постачання продукції, рекламування ТМ, розширення мережі збуту товарів.

ПрАТ «Юрія» у своїй діяльності орієнтується на якомога ширше коло споживачів. Цільова аудиторія - населення всіх вікових груп, яке споживає молочну продукцію. Збут виробленої продукції підприємством здійснює через роздрібну мережу - магазини, універмаги, гастрономи, супермаркети. Налагоджені також контакти із оптовими покупцями.

Швидкі зміни в технологічному зовнішньому середовищі можуть поставити підприємство в безнадійно програшне конкурентне становище. Технологічні нововведення впливають на ефективність виробництва та удосконалення продукції, яке очікують споживачі підприємства. Але не всі організації знаходяться під значним впливом швидкого науково-технічного прогресу. Я думаю, ПрАТ «Юрія» належить саме до таких організацій, адже молокопереробна галузь характеризується більшою статичністю, ніж, скажімо, сфера комп'ютерних технологій, електротехнічна чи автомобільна галузі. Проте, незважаючи на відносну статичність молокопереробної промисловості, керівництво ПрАТ «Юрія» одну зі своїх довгострокових цілей визначає як впровадження у виробничі процеси прогресивних технологій та нової техніки.

2.3. Оцінка забезпечення інноваційної діяльності ПрАТ «Юрія»

Інноваційна діяльність має бути органічною складовою стратегічного розвитку підприємства. Вона є одним із головних факторів набуття підприємством конкурентних переваг. Навіть інноваційні технологічні проекти (йдеться про розроблення новітніх промислових технологій) можуть мати менший ефект для підприємства, ніж незначні зміни в організації управління, якщо такі проекти

не гармонізують з корпоративною стратегією. Тому підприємство повинно на основі аналізу всіх джерел інноваційних можливостей реалізовувати лише ті проекти, які відповідають стратегії організації. Рішення, коли за найменших витрат можна досягнути великих результатів, як правило, є інноваційними.

Як показує світовий досвід, успіху при реалізації масштабних проектів досягали, переважно, не за рахунок фундаментальних відкриттів, а завдяки нетрадиційного застосування наявних технологій, матеріалів, організації управління. Тому інновації належать як до технічної, так і до економічної і соціальної сфер на даному підприємстві. Іншими словами, це може бути все, що спричиняє зміну віддачі ресурсів.

Інноваційна діяльність потребує моніторингу восьми джерел новаторських можливостей:

- несподівана подія (несподіваний успіх, несподівана невдача, несподівана зовнішня подія);
- невідповідність, розбіжність між реальністю і уявленнями про неї;
- інновації, які базуються на потребах процесу;
- раптові зміни у структурі галузі або ринку;
- демографічні зміни;
- зміни у сприйняттях і настроях;
- нові наукові і ненаукові знання;
- формування у споживачів нових потреб [29, с. 60].

Перші чотири джерела стосуються внутрішнього середовища підприємства «Юрія», тому їх моніторинг можуть здійснювати працівники. Завдяки такому моніторингу можна виявити лише симптоми певних змін, але їх не можна ігнорувати, оскільки вони можуть стати початком нових інноваційних рішень (проектів).

Ще три стосуються змін за межами підприємства або галузі, а саме - в соціальному, політичному, інтелектуальному їх середовищі: несподівана подія як джерело інновації.

Досить часто джерелом інноваційних можливостей стає несподіваний успіх. У такому випадку ризик інновацій, трудомісткість їх впровадження і капітальні витрати є досить низькими.

Однак, у більшості випадків несподіваним успіхом зневажають. Більше того керівництво компаній схильне його енергійно ігнорувати.

Для того, щоб несподіваний успіх між стати джерелом нових інноваційних рішень, менеджмент організації на ПрАТ «Юрія» має здійснювати систематичний аналіз проміжних результатів проекту та зовнішньої інформації. Несподіваний успіх лише тоді має позитивне значення, коли вчасно помічений і успішно реалізований.

Для оцінки рівня інноваційного розвитку підприємства «Юрія» було використано метод Т. Бурмака.

Розрахунок коефіцієнта конкурентоспроможності продукції підприємства відображено у таблиці 2.7.

Таким чином, знаючи конкурентоспроможність продукції можна розрахувати конкурентоспроможність підприємства, як було зазначено раніше.

Результати проведених розрахунків відображено у таблиці 2.7.

Таким чином, можна виявити, яка з категорій продукції підприємства є найменш конкурентоспроможною.

Таблиці 2.7.

Розрахунок конкурентоспроможності продукції ПрАТ «Юрія»

Група продуктів	Оцінка технічної складової (П) (в межах від 1 до 4)	Оцінка вартісної складової (Е) (в межах від 1 до 4)	Конкурентоспроможність продукту (k_i)
Молоко	2	3	0,66
Масло	4	1	4
Сир	3	2	1,5
Йогурти	1	4	0,25

Джерело: розроблено автором

За методикою Бурмака, ототожнюємо конкурентоспроможність підприємства з конкурентоспроможністю його продукції на ринку.

Таблиця 2.8.

Розрахунок конкурентоспроможності підприємства за продукцією

Група продуктів	Конкурентоспроможність продукту (k_i)	Питома вага продукції в загальному обсязі продажів (a_i)	Конкурентоспроможність підприємства (K)
Молоко	0,66	0,13	$K = \frac{\sum (a_i \cdot k_i)}{n} = \frac{0,13 \cdot 0,66 + 0,41 \cdot 4 + 0,1 \cdot 1,5 + 0,36 \cdot 0,25}{16} = 10,87/16 = 0,68$
Масло	4	0,41	
Сир	1,5	0,10	
Йогурти	0,25	0,36	

Джерело: розроблено автором

Другою складовою оцінки інноваційного розвитку є розрахунок інноваційного потенціалу.

Оцінка відбувається за рахунок комплексного аналізу підприємства за п'ятнадцятьма показниками, які відображають реальний стан розвитку підприємства. Оцінювання відбувається експертним методом, кожен показник оцінюється за шкалою від 0 до 10 [11, с. 263].

Проведемо аналіз підприємства за організаційно-управлінськими, виробничими та ринковими показниками, результати оцінки інноваційного потенціалу підприємства наведемо в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9.

Оцінка інноваційного потенціалу підприємства

№	Назва показника	Вага показника P_i	Кількісне значення критерію K_i (0 до 10)
<i>Організаційно-управлінський потенціал підприємства</i>			
1	Наявність і характеристики підрозділів аналізу, маркетингу, прогнозування, стратегічного планування та ін.	6	6
<i>Кадровий потенціал підприємства</i>			
2	Рівень освіти кваліфікації менеджерів вищої ланки	9	9
3	Рівень освіти кваліфікації менеджерів середньої ланки (керівників відділів)	7	9

4	Середній вік працівників: в основному виробництві в науково-технологічному секторі в управлінні	3 4 5	6 6 7
Продовження табл. 2.9			
5	Частка затрат на навчання персоналу в загальновиробничих витратах	5	2
<i>Виробничий і науково-технічний потенціал</i>			
6	Вікова структура основного виробничого обладнання	6	9
7	Сертифікованість виробництва	10	8
8	Наявність на балансі та показники використання об'єктів інтелектуальної власності	5	7
9	Рівень технологій виробництва	8	6
10	Характеристики використовуваних інформаційних технологій (в проектуванні, конструюванні тощо)	8	9
<i>Ринковий потенціал підприємства</i>			
11	Структура споживачів продукції	8	6
12	Наявність характеристик сервісних систем продажу, обслуговування експлуатації продукції у споживачів	9	8
14	Участь у внутрішніх і міжнародних виставках, ярмарках, конкурсах	8	9
15	Показники рекламної діяльності (номенклатура рекламної продукції, доля затрат на рекламу в загальновиробничих витратах)	6	6

Джерело: розроблено автором на основі [11, с. 265]

Оцінивши всі п'ятнадцять показників, можемо розрахувати інноваційний потенціал підприємства за формулою (2.4):

$$ПП = \frac{\sum_{i=1}^n K_i \times P_i}{\sum_{i=1}^n P_i} = 784/102 = 7,686, \quad (2.4)$$

де K_i - числове значення i -го критерію;

P_i - ваговий коефіцієнт відповідного критерію;

n - кількість критеріїв оцінки.

Скориставшись раніше встановленими співвідношеннями кількісних і якісних значень критеріїв, можна вважати інноваційний потенціал підприємства «високим», якщо розрахункове значення його ПП знаходиться в межах 8-10, «середнім», якщо ПП отриманий в інтервалі 4-7,9 і «низьким» при $ПП < 4$ [31].

У даному випадку рівень інноваційного потенціалу є середнім.

Далі йде останній етап - підрахунок рівня розвитку підприємства, що приймає вигляд формули (2.5):

$$Pr = \sqrt{0,58P_K^2 + 0,42P_{II}^2} \quad (2.5)$$

$$Pr = \sqrt{0,58 * 0,68^2 + 0,42 * 0,768^2} = 0,718$$

Отже, оскільки рівень розвитку може приймати значення від 0 до 1, можна твердити, що ПрАТ «Юрія» має середній рівень інноваційного розвитку, тому доцільним буде запропонувати заходи для покращення цього показника.

Для цілісного аналізу підприємства необхідно проаналізувати ключові показники, які забезпечують конкурентоспроможність підприємства, на основі проведеного аналізу ми зможемо знайти слабкі та сильні сторони підприємства, котрі наведені у таблиці 2.10.

Таблиця 2.10

SWOT-аналіз середовища ПрАТ «Юрія»

Зовнішнє середовище	Можливості - Opportunities	Оцінка в балах	Загрози - Threats	Оцінка в балах
	Науково-технічний прогрес	3	Покращення якості продукції конкурентів	3
	Розвиток інформаційних технологій	2	Зниження обсягів попиту на продукцію	3
	Глобалізація економічних відносин, інтеграція з ЄС	3	Збільшення кількості конкурентів	2
	Захист навколишнього середовища	3	Посилення контролю продукції на національному рівні	3
	Збільшення енергозберігаючої продукції	3	Зростання уваги до якості управління відходами	2
Внутрішнє середовище	Сильні сторони - Strengths	Оцінка в балах	Слабкі сторони - Weaknesses	Оцінка в балах
	Багаторічний досвід роботи на ринку	3	Високі витрати на тестування продукції	3
	Диверсифікований товарний асортимент (широкий та глибокий)	3	Недостатній рівень кваліфікації персоналу	1

	Наявність достатньої кількості власних коштів	3	Висока порівняно з конкурентами питома собівартість	3
	Значна кількість постійних клієнтів	3	Недостатній рівень комунікацій між відділами	1
	Позитивна репутація фірми	3		

В результаті проведеного аналізу можна побачити, що значна кількість показників мають тенденцію до зниження, що є негативним для підприємства. Особливу увагу слід зосередити на показниках фінансового стану та ефективності виробничої діяльності.

Проаналізуємо ПрАТ «Юрія» з точки зору організаційно-економічного забезпечення та виявлення стратегії підприємства. У інноваційному розвитку існує два типи компаній: лідери та послідовники. Залежно від стратегії підприємства можна вирахувати до якого типу відноситься підприємство. Для цього проведемо аналіз, результати якого наведені у таблиці 2.11.

Таблиця 2.11.

Показники інноваційної активності ПрАТ «Юрія»

Показник	Розрахунок	Відповідність результату стратегії	Висновки
Коефіцієнт забезпечення інтелектуальною власністю (K_{ic})	$K_{ic} = \frac{B_i}{A_{na}} = \frac{420}{1240} = 0,33$	$K_{ic} \geq 0,10$ — стратегія лідера; $K_{ic} \leq 0,09$ — стратегія послідовника	стратегія лідерства
Коефіцієнт персоналу, зайнятого в НДДКР (K_{np})	$K_{np} = \frac{\Pi_n}{\chi_n} = \frac{12}{76} = 0,16$	$K_{np} \geq 0,20$ — стратегія лідера; $K_{np} \leq 0,19$ — стратегія послідовника	стратегія послідовника
Коефіцієнт власності, призначеної для НДДКР (K_{nv})	$K_{nv} = \frac{O_{\partial n}}{O_{вп}} = \frac{1420}{4321} = 0,33$	$K_{nv} \geq 0,25$ — стратегія лідера; $K_{nv} \leq 0,24$ — стратегія послідовника	стратегія лідера
Коефіцієнт освоєння нової техніки (K_{om})	$K_{om} = \frac{O\Phi_n}{O\Phi_{cp}} = \frac{1630}{6200} = 0,26$	$K_{om} \geq 0,35$ — стратегія лідера; $K_{om} \leq 0,34$ — стратегія послідовника	стратегія послідовника

Коефіцієнт впровадження нової продукції (K_{en})	$K_{en} = \frac{BP_{ин}}{BP_{заг}} = 1$	$K_{en} \geq 0,45$ — стратегія лідера $K_{en} \leq 0,44$ — стратегія послідовника	стратегія лідера
Коефіцієнт інноваційного зростання (K_{iz})	$K_{iz} = \frac{I_{ин}}{I_{заг}} = 320$ тис.: 1270 тис. = 0,25	$K_{om} \geq 0,35$ — стратегія лідера $K_{om} \leq 0,34$ — стратегія послідовника	стратегія послідовника

Аналіз інноваційної активності підприємства демонструє, що підприємство знаходиться на середньому рівні, оскільки показники розділилися на дві частини. За трьома коефіцієнтами підприємство демонструє свої сильні сторони на ринку і є лідером, але за трьома іншими, компанія є послідовником. Розраховані показники ляжуть в основу подальшого виявлення проблем інноваційного розвитку підприємства.

Отже, провівши комплексний аналіз забезпечення інноваційного розвитку ПрАТ «Юрія» за допомогою методики Бурмака та аналізу коефіцієнтів інноваційної активності підприємства, можна зробити висновки про наявність ряду проблем на підприємстві. Всі розглянуті проблеми носять організаційно-економічний характер та можуть бути усунені за рахунок їх аналізу та розробки заходів, які підвищуватимуть показники підприємства.

Перш за все, треба сформулювати перелік проблем організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку у таблиці 2.12. Кожну з проблем оцінимо від 0 до 10 для кращого розуміння, які з виявлених проблем є найгострішими та потребують негайного реагування.

Таблиця 2.12.

Перелік проблем ПрАТ «Юрія»

Виявлені при аналізі підприємства проблеми, які потребують вирішення	Оцінка, у балах від 0 до 10
Низька доля затрат на навчання персоналу	6
Недостатня кількість кваліфікованих кадрів, велика завантаженість існуючих спеціалістів	8
Низька конкурентоспроможність насосного обладнання	8
Споживчий ринок обмежується числом великих виробничих компаній	7

України	
Порівняно невисока доля затрат підприємства на інноваційну діяльність	6

Джерело: складено автором

Отже, було проведено аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, що дало змогу виявити фактори, що несуть найбільший вплив на інноваційний розвиток підприємства та перейти до аналізу показників самого підприємства. При дослідженні розвитку підприємства було виявлено п'ять основних проблемних моментів у організаційно-економічному забезпеченні інноваційного розвитку ПрАТ «Юрія».

Проведений комплексний аналіз підприємства дав змогу виявити наявні проблеми, які мають бути усунені. Найвагомішими з проблем є недостатня кількість кваліфікованих кадрів, велика завантаженість існуючих спеціалістів та низька конкурентоспроможність насосного обладнання.

Подальші дослідження слід спрямувати на розробку методів та шляхів подолання виявлених проблем.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

3.1. Інноваційні заходи щодо підвищення конкурентоспроможності ПрАТ «Юрія»

Інноваційні високопродуктивні технології є рушійною силою економічного зростання. Саме технологічними зрушеннями обумовлені успіхи високорозвинених країн.

Значимість молока і молочних продуктів у забезпеченні продовольчої безпеки країни, значення молочного скотарства в системі сільського господарства та вирішенні економічних аспектів у регіоні вимагає не тільки теоретичного обґрунтування подальшого їх розвитку, але й практичних заходів, щодо реалізації стратегії формування ринку молочних продуктів.

У ринкових умовах господарювання будуть розвиватися ті галузі, які є рентабельними. Згідно досвіду галузь, яка протягом багатьох років є не високоприбутковою може бути привабливою для вкладення інвестицій. Саме молочна промисловість і є такою галуззю. Тому необхідно вводити відповідні інноваційні процеси для розвитку молочної галузі, що і послужить привабливим аспектом для вкладення інвестицій.

Стан молочної промисловості певною мірою є характеристикою суспільної формації та рівня її розвитку. На жаль, в Україні складається парадоксальна ситуація: зниження конкуренції сільськогосподарської продукції та зменшення її обсягів призводить до послаблення матеріально-технічної бази, а це, у свою чергу, призводить до збільшення затрат на виробництво, що робить її неконкурентоспроможною [40, с. 133]. Технологічний розрив між Україною та розвинутими країнами світу збільшується. Тож, постає проблема, у негайному введенні інноваційних процесів у молокопереробну галузь та залучення інвестицій у цю галузь.

Для розв'язання поставленої проблеми необхідно впровадити заходи в першу чергу по оновленню обладнання на ПрАТ «Юрія» та забезпечити якісною сировиною. Основним завданням, є зміна застарілих виробничих ліній молокопереробного заводу, що потребує значної модернізації.

Стан і розвиток інвестиційного процесу на ПрАТ «Юрія» залежить від рівня її загальноекономічного розвитку, який включає оцінку її інвестиційної діяльності, аграрного виробництва, рівень розвитку ринкових відносин та інвестиційної інфраструктури в агросфері. Основною частиною інвестицій є капітальні вкладення, головною функцією яких є відновлення основних виробничих фондів. Також вони відіграють роль у формуванні та поліпшенні матеріально-технічної бази підприємств.

Економічні відносини сільськогосподарських підприємств і молокозаводів повинні будуватися на принципах взаємної матеріальної зацікавленості та нести відповідальність за результати спільних дій. Ефективне функціонування підприємства у відкритому конкурентному середовищі можливе тільки за умов неперервного зростання обсягів інвестицій у сучасні інноваційні технології виробництва та реалізації молочної продукції [7, с. 73].

Протягом 2018-2019 рр., середньорічна сума інвестицій у сільське господарство України склала близько 28 млрд. грн. і це становило, лише 3,5% по відношенню до вартості основних засобів, а прибутку агровиробників за цей період виявляється менше 2% вартості основних засобів виробництва. Аналіз показує, що ефективність впровадження інноваційних розробок значно вищий у підприємствах, які мають раціональну організаційно-виробничу структуру, адекватну конкретним умовам систему управління, необхідну матеріально-технічну базу.

У цьому випадку підприємство «Юрія» має приділяти особливу увагу вдосконаленню технологічних процесів виробництва та реалізації продукції, модернізації техніко-технологічної бази. Керівництву підприємства необхідно звернути увагу на досвід та технологічні розробки виробника молочної продукції провідних країн.

З метою вирішення проблем, наведених у другому розділі та покращення показників інноваційного розвитку підприємства необхідно розробити ряд заходів (табл.3.1).

Таблиця 3.1.

Шляхи подолання проблем ПрАТ «Юрія»

Виявлені при аналізі підприємства проблеми, які потребують вирішення	Заходи з подолання проблеми
Низька доля затрат на навчання персоналу	Розробка програми та плану фінансування заходів з підвищення кваліфікації.
Недостатня кількість кваліфікованих кадрів, велика завантаженість існуючих спеціалістів	Розробка та впровадження CRM-системи для контролю завантаженості працівників та активна робота з пошуку нових співробітників.
Низька конкурентоспроможність насосного обладнання, яке використовується при виробництві кисломолочних продуктів	Впровадження у виробництво нового виду продукції, що стане причиною збільшення попиту на товар.
Споживчий ринок обмежується числом великих виробничих компаній України	Пошук та зайняття вакантної ніші на ринку для збільшення числа споживачів.
Порівняно невисока доля затрат підприємства на інноваційну діяльність	Розробка програми фінансування інноваційної діяльності.

Джерело: складено автором

Отже, основою для подальшого інноваційного розвитку підприємства можна вважати заходи з впровадження у виробництво нового продукту, що покращить економічні показники, розробка плану фінансування інноваційної діяльності та впровадження CRM-системи, що стане базою організаційного інноваційного розвитку компанії.

Зобразимо схематично залежність між розвитком підприємства та запропонованими заходами з покращення показників інноваційного розвитку (рис.3.1).

Для подальшої розробки шляхів розвитку ПрАТ «Юрія», розглянемо кожен з запропонованих заходів та рекомендацій з точки зору впливу на інноваційний розвиток підприємства. Для цього розроблена таблиця, яка включатиме всі заходи з подолання наявних на підприємстві проблем та очікуваного ефекту від їх впровадження (табл. 3.2).



Рис. 3.1. Схематичне відображення процесу удосконалення організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку ПрАТ «Юрія»

Джерело: розроблено автором

Таким чином, запропоновані заходи є актуальними для підприємства та позитивно вплинуть на значну кількість показників діяльності. З точки зору інноваційного розвитку підприємства детальніше розглянемо два з запропонованих методів: впровадження CRM-системи та випуск нового продукту.

Таблиця 3.2.

Програма організаційно-економічного розвитку ПрАТ «Юрія»

Запропоновані заходи	Шляхи реалізації	Прогнозований ефект від впровадження
CRM-система	-впровадження системи з відслідковування виконання KPI; -система швидкого обміну інформацією всередині компанії; -автоматизована база даних з прайсовими цінами та відображеними складськими запасами; -інтеграція з 1С.	- зростання умотивованості працівників; -приріст рівня продажів до 30%; - значна економія робочого часу.
Підвищення кваліфікації	-курси за фаховими напрямками; -програма обміну досвідом між співробітниками.	- економія робочого часу; - збільшення продуктивності праці; - зростання якості виконання робіт; - рентабельність вкладених коштів до 500%.
Новий продукт	-запуск у виробництво мембранного насосу для виробництва йогуртів з лавандою; -формування ціни; -пошук нових клієнтів з використанням стратегії просування.	- зростання продажів; - зайняття вакантної ніші; - зростання рівня конкурентоспроможності; - розширення ринку збуту.
Програма фінансування інновацій	-розробка плану фінансування інноваційних проектів на рік; -аналіз рентабельності інвестицій.	- поява стратегічного бачення інноваційного розвитку підприємства.

Джерело: розроблено автором

Ефективне використання CRM може на 30% підвищити рівень продажів в компанії. Це означає, що правильно підібрана і відповідним чином впроваджена CRM-система є необхідним інструментом кожної організації, що розвивається [50].

На ринку є велика кількість компаній-інтеграторів CRM-систем. Для вибору найоптимальнішого варіанту, потрібно розглянути основні плюси та мінуси найпопулярніших програм (табл.3.3).

Таблиця 3.3.

Порівняння CRM-систем

Назва	Основні плюси	Основні недоліки	Вартість, грн/місяць
Бітрікс24	багатофункціональна робота з документами в середині сервісу; інтеграція з соціальними мережами, google-календарем і іншими сервісами; - інтеграція з 1С-бітрікс	- проблеми з інтерфейсом; - незрозумілий і візуально неприємний таск-менеджер; - немає договорів, контрактів, шаблонів документів.	26190,00
Простий бізнес	- недорога; - концентрація на робочому процесі без зайвих функцій; - IP-телефонія; - перший місяць безкоштовний; - універсальна.	- залежність від програми на Windows; - не інтегрується з 1С; - немає зв'язку з клієнтськими банками.	7205,00
amoCRM	- простий, красивий і зрозумілий інтерфейс; - телефонія; - інтеграція з великою кількістю сервісів.	- мало функціональна; - придбання мінімумна півроку.	36144,00
Мегаплан	- безлімітне сховище; - велика увага до документації (шаблони, автоматизація); - виявляє лідерів; - зручний калькулятор для арифметики; - гідна інтеграція з іншими сервісами.	- складний інтерфейс; - не можна будувати складні звіти: облік складу, перехресний облік.	1542,00

Джерело: розроблено автором на основі [50]

Управління контактами з клієнтом (CRM) - це підхід, який дозволяє поліпшити спілкування з потенційними і вже існуючими замовниками. На підставі інформації про клієнта, зібраної в інструменті типу CRM, можна приймати більш зважені рішення про відправлення пропозиції, повідомлення і використання каналів продажів. Додаток CRM дозволяє зберігати дані, краще планувати і організовувати роботу, а також посилити контроль за компанією. Це допомагає заощадити час, пов'язане з виконанням дій, що

повторюються, поліпшити комунікацію в організації, взаємовідносини з клієнтами та фінансові показники компанії, саме тому доцільним є розгляд впровадження CRM як один з напрямків удосконалення роботи підприємства.

Провівши порівняння основних CRM-систем, можна дійти висновку, що їх ціни та характеристики сильно різняться залежно від функціоналу, необхідного підприємству для роботи. На ринку України існує велика кількість компаній-інтеграторів, тому при чіткому розумінні того, які функції має виконувати CRM, буде нескладно знайти програму, яка повністю буде задовольняти потреби компанії.

Найбільш важливим заходом є розробка та випуск нової продукції, наприклад йогуртів з лавандою. Для цього у виробництві нам потрібен мембранний насос.

Пневматичний мембранний насос - це самовсмоктувальний насос об'ємного типу з пневмо-приводом, призначений для перекачування рідин на промислових підприємствах. Пневматичні насоси здатні перекачувати досить в'язкі рідини.

Пневматичний вид насосів є небезпечним, тобто вибухонебезпечним, так як при роботі використовується інертний газ, або стиснене повітря.

Кожен мембранний насос складається з: кулькового клапана, сідла для клапана, кілець ущільнювачів, двох гнучких мембран (діафрагм), вони розміщені в корпусі і жорстко з'єднані одним штоком [21, с. 189].

Перекачування робочої рідини виконується за принципом об'ємного витіснення, за допомогою повітря, яке подається пневмо-приводом. Обсяг повітря спочатку видавлює одну мембрану, перекидаючи цим самим потік рідини. Після чого видавлює іншу мембрану, виштовхуючи рідину з одного боку і після чого всмоктує її з іншого. У безперервному процесі подачі стисненого повітря мембрани і кулькові клапани працюють по черзі.

Пневматичні діафрагмові насоси мають залежність витрати рідини, від тиску повітря. Також витрата залежить безпосередньо від обсягу робочої камери насоса.

У конструкції пневматичних діафрагменних насосів немає електромоторів, обертових частин, редукторів, ущільнень і підшипників, що робить конструкцію мембранного насоса максимально простим, а сам насос високонадійним і захищеним від витоку.

Також необхідно відзначити унікальну компактність і простоту при монтажі діафрагменних насосів.

Подачу продукту, можна регулювати при зміні тиску повітря, що подається, тим самим впливаючи на продуктивність насоса.

Існує три варіанти виконання насосу:

- тефлонове виконання, витрати 300 тис.грн.;
- пластикове виконання, витрати 150 тис. грн.;
- залізне виконання, витрати 200 тис.грн.

Для кожного з варіантів розрахуємо ризики, пов'язані з впровадженням інноваційного продукту за трьома сценаріями: оптимістичним, песимістичним та найбільш імовірний (табл. 3.4).

Таблиця 3.4.

Характеристика різних варіантів проекту та відповідні базові значення показників ефективності, грн.

Параметри	Значення параметрів для різних варіантів реалізації проекту		
	Варіант 1	Варіант 2	Варіант 3
Надходження від реалізації проекту	450 000	450 000	450 000
Витрати на реалізацію проекту	300 000	150 000	200 000
Прибуток від реалізації проекту	150 000	300 000	250 000

Джерело: складено автором

Проведемо аналіз альтернативних варіантів розвитку запропонованого проекту за умови настання різних сценаріїв розвитку економічного середовища. Можливі такі сценарії розвитку економічного середовища:

- песимістичний – у цьому випадку всі параметри, що впливають на обсяг надходжень від проекту, досягають свого найгіршого рівня;

- оптимістичний – всі параметри, що впливають на обсяг надходжень від проекту, досягають відповідно найкращого значення з можливих;
- найбільш імовірний – всі параметри залишаються на розрахованому базовому рівні [6, с. 172].

Для аналізу визначимо відсоток зміни витрат та надходжень, а також імовірність настання кожного сценарію (табл.3.2), таким чином, щоб сума ймовірностей становила 1.

Таблиця 3.5.

Імовірність настання сценаріїв

	Характеристики сценаріїв розвитку економічної ситуації		
	песимістичний	найбільш імовірний	оптимістичний
Імовірність	0,21	0,48	0,31
Зміна витрат	32%		-16%
Зміна надходжень	-60%		+38%

Джерело: складено автором

На основі наведених у таблицях 3.4 та 3.5 даних, проведемо розрахунок різних варіантів проекту за умов настання кожного зі сценаріїв у таблиці 3.6.

Таблиця 3.6.

Характеристика різних варіантів проекту за умови настання різних сценаріїв, грн.

Параметри	Значення параметрів для різних варіантів реалізації проекту		
	Варіант 1	Варіант 2	Варіант 3
Надходження від реалізації проекту			
Песимістичний сценарій (D1)	180000	180000	180000
Найбільш імовірний сценарій	450000	450000	450000
Оптимістичний сценарій	621000	621000	621000
Витрати на реалізацію проекту			
Песимістичний сценарій (D2)	396000	198000	264000
Найбільш імовірний сценарій	300000	150000	200000
Оптимістичний сценарій	252000	126000	168000
Прибуток від реалізації проекту			
Песимістичний сценарій (D3)	- 576000	-18000	-84000
Найбільш імовірний сценарій	150000	300000	250000
Оптимістичний сценарій	369000	495000	453000

Джерело: складено автором

Наступним кроком буде складення матриці можливих прибутків від реалізації проекту у таблиці 3.7.

Прибуток від реалізації проекту розраховується як надходження від проекту за мінусом витрат на проект [8, с. 28]. Прибуток від реалізації проекту розраховуємо за оптимістичним, песимістичним та найбільш імовірним сценаріями, що дасть нам змогу порівняти показники та обрати той варіант продукції, який є найменш ризиковим та найбільш прибутковим.

Таблиця 3.7.

Матриця можливих прибутків від реалізації проекту, грн.

Варіант реалізації проекту	Прибуток від реалізації проекту залежно від стану економічного середовища		
	песимістичний	найбільш імовірний	оптимістичний
Варіант 1	- 576000	150000	369000
Варіант 2	-18000	300000	495000
Варіант 3	-84000	250000	453000

Джерело: складено автором

Тепер необхідно скласти матрицю можливих втрат (упущеної вигоди) від реалізації проекту (табл. 3.8). Вона будується на основі матриці можливих прибутків у такий спосіб: для кожного сценарію розвитку економічного середовища (стовпця) знаходимо максимальний прибуток, потім обчислюємо максимально можливі втрати всіх варіантів даного результату (з максимального прибутку для сценарію (стовпцю) віднімається дохід відповідного варіанту проекту).

Таблиця 3.8.

Матриця можливих втрат від реалізації проекту, грн.

Варіант реалізації проекту	Втрати від реалізації проекту залежно від стану економічного середовища		
	песимістичний	найбільш імовірний	оптимістичний
Варіант 1	271500	0	0
Варіант 2	0	150000	108000

Продовження табл. 3.8

Варіант 3	90500	100000	72000
-----------	-------	--------	-------

Джерело: складено автором

Проаналізувавши усі вище наведені критерії, можна дійти висновку, що оптимальним варіантом реалізації проекту, що сприяє досягненню кращого результату за будь-якого сценарію розвитку економічної ситуації є 2 варіант, тобто виробництво йогурту з лавандою, при купівлі насосів з пластиковим корпусом, вартість 150000 грн. Тож доцільно буде опиратися при реалізації проекту саме на цей варіант.

3.2. Економічна оцінка доцільності реалізації запропонованих заходів на підприємстві

Перш за все, для економічного обґрунтування доцільності випуску інноваційного продукту, слід розробити план продажів, який дасть нам змогу прорахувати плановий чистий прибуток у таблиці 3.9.

Таблиця 3.9.

План продажів йогуртів з лавандою

	1й рік (поквартально)				2 рік	3 рік	4 рік
	1	2	3	4			
Очікуваний об'єм продажів, шт.	0	10	15	20	45	47	45
Ціна продажів, грн.	0	250000	375000	500000	1125000	1175000	110000
Виручка від продажів, тис. грн.	0	100	150	200	450	470	450

Джерело: складено автором

Для підрахунку прибутку, необхідно прорахувати витрати на виробництво продукції, які наведені у табл. 3.10.

Таблиця 3.10

Кошторис витрат на виробництво партії продукції

№п/п	Елемент витрат	Сума	
		тис. грн.	%
1	Матеріальні витрати (без ПДВ)	11,5	76,7
2	Витрати на оплату праці	6	6,7
3	Відрахування соціальні заходи (38%)	0,38	2,5
4	Амортизація	0,12	0,8
5	Інші витрати	2	13,3
	Всього витрат	20	100

Джерело: складено автором

Таким чином, бачимо, що чистий прибуток за партію продукції становитиме 5 тис. грн.

Оскільки продукт є інноваційним, на ринку України не представлені аналоги та немає підприємств-конкурентів.

З огляду на вищезазначене, можемо прогнозувати рівень інноваційного розвитку підприємства за методикою Бурмака на перший період після введення запропонованих заходів [11, с. 267].

Почати треба з першої складової конкурентоспроможності продукції (табл.3.12).

Таблиця 3.12.

Прогноз конкурентоспроможності продукції підприємства

Група продуктів	Технічна складова	Вартісна складова	К-ність продукту (кі)	Питома вага	К-ність підприємства (К)
Молоко	4	1	4	0,23	0,89
Масло	4	1	4	0,41	
Сир	3	2	1,5	0,10	
Йогурти	1	4	0,25	0,26	

Джерело: складено автором

Наступним, у таблиці 3.13 ми спрогнозуємо інноваційний потенціал підприємства після впровадження організаційних змін, які вплинуть на такі критерії оцінювання як кадровий, виробничий та науково-технічний потенціал підприємства.

Таблиця 3.13.

Прогнозна оцінка інноваційного потенціалу підприємства

№	Назва показника	Вага показника Рі	Кількісне значення критерію Кі(0 до 10)
<i>Організаційно-управлінський потенціал підприємства</i>			
1	Наявність і характеристики підрозділів аналізу, маркетингу, прогнозування, стратегічного планування та ін.	6	6
<i>Кадровий потенціал підприємства</i>			
2	Рівень освіти і кваліфікації менеджерів вищої ланки	9	9
3	Рівень освіти і кваліфікації менеджерів середньої ланки (керівників відділів)	7	9
4	Середній вік працівників в основному виробництві в науково-технологічному секторі в управлінні	3	6
		4	6
		5	7
5	Доля затрат на навчання персоналу в загальновиробничих витратах	5	6
<i>Виробничий і науково-технічний потенціал</i>			
6	Вікова структура основного виробничого обладнання	6	9
7	Сертифікованість виробництва	10	8
8	Наявність на балансі та показники використання об'єктів інтелектуальної власності	5	8
9	Рівень технологій виробництва	8	8
10	Характеристики використовуваних інформаційних технологій (в проектуванні, конструюванні тощо)	8	9
<i>Ринковий потенціал підприємства</i>			
11	Структура споживачів продукції	8	8
12	Наявність характеристик сервісних систем продажу, обслуговування і експлуатації продукції у споживачів	9	8
14	Участь у внутрішніх і міжнародних виставках, ярмарках, конкурсах	8	9
15	Показники рекламної діяльності (номенклатура рекламної продукції, доля затрат на рекламу в загальновиробничих витратах)	6	7

Джерело: складено автором

Показники підприємства за цими критеріями підвищуються.

Тепер можемо розрахувати прогностичний інноваційний потенціал підприємства за формулою (3.1):

$$ПП = \frac{\sum_{i=1}^n K_i * P_i}{\sum_{i=1}^n P_i}, \quad (3.1)$$

де K_i - числове значення i -го критерію;

P_i - ваговий коефіцієнт відповідного критерію;

n - кількість критеріїв оцінки.

$$ПП = \frac{847}{102} = 8,304$$

Прогнозований показник є значно вищим за теперішній, підприємство за прогнозом відноситься до категорій підприємств з високим інноваційним потенціалом, оскільки показник знаходиться в межах 8-10.

І останнім етапом у методиці Бурмака є підрахунок рівня розвитку підприємства, що приймає вигляд формули:

$$P_p = \sqrt{0,58P_k^2 + 0,42P_n^2} \quad (3.2)$$

$$P_p = \sqrt{0,58 * 0,8304^2 + 0,42 * 0,89^2} = 0,856$$

Отже, можна побачити, що запропоновані заходи значно підвищують конкурентоспроможність та інноваційний потенціал підприємства, про це свідчать прогнозовані показники, які є значно вищими за нинішні (0,856 та 0,716).

Проведемо розрахунок NPV та представимо його у таблиці 3.14. Він показує величину грошових коштів, яку інвестор очікує отримати від проекту, після того, як грошові притоки окуплять його первинні інвестиційні витрати і періодичні грошові відтоки, пов'язані із здійсненням проекту.

Чистий грошовий потік розраховують шляхом дисконтування за формулою (3.3):

$$PVt = \frac{NCF}{(1+r)^k}, \quad (3.3)$$

де NCF – чистий грошовий потік за окремі періоди (роки);

$(1 + r)^k$ – дисконтний множник;

r – ставка дисконтування, або норма дисконту.

Таблиця 3.14.

Розрахунок NPV

Рік	Доходи, тис.грн.	Витрати, тис.грн.	Чистий грошовий потік, тис.грн.	Дисконтний множник, i = 30%	Дисконтований грошовий потік, тис.грн.
1	2	3	4=2-3	5	6 =4*5
0	0	450	-450	1	-450
1	800	420	380	0,769	292,22
2	1 800	410	1 390	0,591	821,49
Чиста приведена вартість					663,70

Джерело: розроблено автором

У випадку, коли:

- NPV > 0 – проект варто приймати до реалізації;
- якщо NPV < 0 – проект варто відхилити, бо він збитковий;
- NPV = 0 – проект не прибутковий і не збитковий.

У даному випадку, бачимо, що проект прибутковий, оскільки NPV > 0.

Тепер розрахуємо термін окупності щоб дізнатися через який період інвестиції почнуть окупатися.

Термін окупності розраховується за формулою (3.4):

$$Tok = \frac{I}{ЧД_t^{(s)}}, \quad (3.4)$$

де Tok – термін окупності;

I – обсяг інвестицій по проекту;

ЧД_t^(s) – річна сума грошових надходжень від реалізації інвестиційного проекту.

$$Tok = 1,5 \text{ (роки)} = 18 \text{ місяців}$$

Тобто термін окупності проекту становить близько 18 місяців.

Одним із способів використання концепції приведеної вартості до аналізу інвестиційних проектів є визначення індексу прибутковості. PI визначає, який дохід отримає інвестор на одну умовну грошову одиницю та показує запас фінансової міцності проекту. Якщо $PI > 1$, то проект ефективний.

Цей метод показує приведену вартість доходу з розрахунку на одиницю приведених витрат за формулою (3.5):

$$PI = \sum \frac{P_k}{(1+i)^n} : IC, \quad (3.5)$$

де PI – індекс прибутковості;

P_k – чистий грошовий потік;

i – норма дисконтування;

n – роки реалізації інноваційно-інвестиційного проекту;

IC – загальний обсяг інвестицій по проекту.

$$PI = 1,229$$

З огляду на те, що інвестиційний проект вартий уваги, якщо індекс прибутковості більше 1, розраховали цей показник, використовуючи дані про приведену вартість чистого грошового потоку по проекту та загальний обсяг інвестицій.

Згідно з одержаних результатів індекс прибутковості за проектом становить 1,229, що є позитивним результатом, адже якщо $PI > 1$, тому проект вважається ефективним. Представимо результати всіх розрахунків у вигляді таблиці 3.15.

Таблиця 3.15.

Результати оцінки ефективності впровадження енергозабезпечення ПрАТ
«Юрія» за допомогою тригенераційного комплексу

Показник	Значення	Критерій ефективності
NPV	663,71 тис. грн.	>0
DPP	18 місяців (1,5 років)	<5 р.
PI	1,229	>1

Джерело: складено автором

Виходячи з розрахованих показників можна зробити висновок, що запропонований проект є ефективним і має низький рівень ризику, так як індекс рентабельності інвестицій перевищує 1, а термін окупності менше 5 років.

В результаті вивчення інформації про стан та особливості використання інноваційних технологій ведення молочного скотарства на ПрАТ «Юрія» було встановлено, що головним фактором інтенсифікації виробництва молочної продукції є застосування науково-обґрунтованих підходів до утримання поголів'я тварин і його годівлі.

Основними елементами сучасних технологій в молочному скотарстві є:

- впровадження потоково-цехової системи виробництва молока та відтворення стада, що дозволяє організувати повноцінну годівлю тварин відповідності з їх фізіологічним станом;

- використання «холодного» методу та безприв'язного способу утримання на глибокій незмінюваній підстилці, що максимально відповідають біологічним потребам тварин;

- автоматизація процесів доїння;

- оптимізація режимів і раціонів годівлі;

- застосування сучасного обладнання всесвітньовідомих фірм («AlfaLaval» та «Delaval» та інших) для доїння, приготування кормів, годівлі утримання поголів'я молочного стада, що сприяє поліпшенню санітарно-гігієнічних умов отримання молока й дозволяє господарствам реалізовувати продукцію за вищим та першим сортами й підвищеною ціною [19, с. 14].

Порівняння ефективності використання традиційної (прив'язне утримання ВРХ з доїнням в молокопровод) та інноваційної (безприв'язне утримання ВРХ на глибокій незмінюваній підстилці з доїнням у доїльних залах) технологій ведення молочного скотарства доцільно здійснити шляхом співставлення річних витрат на утримання однієї голови ВРХ молочного стада на ПрАТ «Юрія» (табл. 3.17).

Таблиця 3.17

Порівняння витрат на утримання однієї голови ВРХ молочного стада на
ПрАТ «Юрія»

Назва технологічного процесу	Традиційна технологія		Інноваційна технологія		Зниження витрат
	Сума витрат, дол. США	% до підсумку	Сума витрат, дол. США	% до підсумку	
Роздавання кормів окремо по видам (3 рази на добу)	279,2	52,2	140,6	46,3	5,9
Видалення гною транспортерами	47,5	8,9	32,5	10,7	4,3
Водонапування ПА-1	17,8	3,3	13,9	4,6	-1,3
Прив'язне утримання (годівниці)	103	19,3	59,4	19,5	-0,2
Припливно-витяжна вентиляція	19,8	3,7	13,9	4,6	-0,9
Доїння вмолокопровід	67,3	12,6	43,6	14,3	-1,7
Всього	534,6	100	303,9	100	0

Таким чином, перехід до застосування інноваційної технології виробництва молочної продукції на ПрАТ «Юрія» дозволить отримати значний економічний ефект порівняно із використанням традиційної технології витрати на обслуговування однієї голови худоби на рік знизиться на 43,29%.

Найсуттєвішу економію витрат забезпечить впровадження у виробничі процеси таких елементів інноваційних технологій, як годівля корів однотипним сумішним раціоном з роздаванням кормів один раз на добу, застосування безприв'язного способу утримання та виконання доїння в доїльному залі.

Для розрахунку ресурсного ефекту від запровадження інновацій на підприємстві доцільно виконати кореляційно-регресійний аналіз зв'язку величини собівартості 1 ц продукції з чинниками, що здійснюють найсуттєвіший вплив на її формування: витратами кормів та трудомісткістю виробництва.

Зважаючи на це, до кореляційної моделі необхідно включити такі фактори:

у - собівартість 1 ц молока, грн.;

1х - витрати кормів на отримання 1 ц молока, к. од.;

2х - витрати праці на виробництво 1 ц молока, люд./год.

Попереднє дослідження форми залежності між вказаними ознаками виявило, що зв'язок можна виразити за допомогою лінійного рівняння регресії.

Результати багатфакторного кореляційно-регресійного аналізу, виконаного на основі статистичних даних про собівартість, витрати кормів та трудомісткість виробництва 1 ц молока на ПрАТ «Юрія» у 2017-2019 рр. та інформації про використання зазначеними підприємством технологій ведення молочного скотарства, відображені в табл. 3.18.

Таблиця 3.18.

Результати кореляційно-регресійного аналізу собівартості 1 ц молока за час використання різних технологій ведення молочного скотарства на ПрАТ «Юрія»

Показники	Традиційна технологія	Інноваційна технологія
Коефіцієнти регресії	35,8795	193,7557
Коефіцієнт множинної кореляції	0,1406	0,6826
Коефіцієнт множинної детермінації	0,0198	0,4659
Парні коефіцієнти кореляції	-0,14	-0,6564
Коефіцієнти еластичності	-0,027	-1,4965

Дослідження значущості розрахованих коефіцієнтів за допомогою критерію Стюдента виявило, що щільність зв'язку між результативною та факторними ознаками є вірогідною, і кореляція між заданими факторами дійсно існує.

Кореляційно-регресійний аналіз собівартості 1 ц молока виявив, що наслідком впровадження інноваційних технологій у молочному скотарстві стало зростання значення коефіцієнта множинної кореляції, а, отже, посилення залежності величини собівартості від факторів, які її формують. Так, якщо під час використання традиційної технології щільність зв'язку між собівартістю,

витратами кормів та праці на виготовлення 1 ц молока становила 0,1406, то в результаті впровадження інновацій зазначений показник збільшився до 0,6826.

Коефіцієнт множинної детермінації вказує, яка частка загальної варіації результативної ознаки (собівартості 1 ц молока) зумовлена дією включених до моделі факторів (витрат кормів і праці на виробництво 1 ц молока).

Динаміка значень коефіцієнтів множинної детермінації свідчить, що під час використання в галузі молочного скотарства традиційної технології господарювання варіація собівартості в зв'язку зі зміною обсягів витрат кормів та трудомісткості виробництва становила 1,989, а за переходу до використання інноваційної технології - 46,5996. Зазначена тенденція підтверджує, що впровадження інноваційних підходів до виробництва молока формує резерви для зниження величини собівартості за рахунок раціонального використання таких факторів, як витрати кормів та праці.

Розрахунок парних коефіцієнтів кореляції дозволив визначити щільність зв'язку між результативною ознакою та кожним фактором (у разі виключення впливу інших факторів) і окремо між факторами (без урахування впливу результативної ознаки).

Дані табл.3.2 свідчать, що впровадження інноваційних технологій в молочному скотарстві спричинило послаблення взаємозалежності між факторами, включеними до моделі. Разом з тим, наслідком впровадження інновацій стало збільшення ступеня взаємозв'язку кожного фактора із результативною ознакою.

Обчислення коефіцієнтів еластичності дало змогу встановити, на скільки відсотків зміниться величина результативної ознаки у разі зміни відповідного фактора на один відсоток (за фіксованого значення інших факторів). Аналіз отриманих коефіцієнтів еластичності свідчить, що обсяги витрат кормів здійснювали найсуттєвіший вплив на коливання величини собівартості за традиційної технології [6, с. 194].

Якщо під час застосування традиційної технології ведення молочного скотарства збільшення на 1% обсягів витрат кормів призводило до зниження собівартості 1 ц продукції на 0,0270%, а витрат праці - підвищення на 0,0104%, то

в результаті впровадження інноваційної технології зростання на 1% величинизазначених факторних ознак зумовлює зниження собівартості 1 ц молока на 1,4965 і 0,1440% відповідно.

Отже, проведений аналіз економічної доцільності впровадженнязапропонованих заходів свідчить про те, що заходи є доцільними, оскільки завсіма розглянутими показниками приносять прибуток підприємству, покращуютьфінансові показники та показники інноваційного розвитку.

ВИСНОВКИ

Таким чином, з огляду на вище наведене, можна зробити наступні висновки:

1. Інновація - це сукупність виробничих, технічних і комерційних заходів, які ведуть до появи на ринку нових та вдосконалених промислових процесів і обладнання. Нововведення – це процес, у якому винахід або ідея набуває економічного змісту. Новація - це новий вид продукції, метод, технологія.

2. Інноваційні процеси є сукупністю якісно нових прогресивних змін, що відбуваються у виробничо-господарській системі. За своїм характером інноваційні процеси, новини і нововведення поділяються на взаємопов'язані певні їх види: технічні новини і нововведення та організаційні нововведення.

За масштабністю і ступенем впливу на ефективність діяльності певних ланок суспільного виробництва всі новини та нововведення можна об'єднати у дві групи - локальні (поодинокі, окремі) та глобальні (великомасштабні).

3. Інноваційна стратегія - це узгоджена сукупність управлінських рішень, що впливають на інноваційну діяльність підприємства і мають довгострокові наслідки. Згідно з типами стратегій організації, інноваційні стратегії можна розглядати як продуктові, функціональні, ресурсні, організаційно-управлінські.

4. Дослідження проводилось на базі приватного акціонерного товариства «Юрія», яке створено на базі Черкаського державного молокозаводу, який був збудований у грудні 1964 року. У 2010 році підприємство було перейменоване на ПрАТ «Юрія».

ПрАТ «Юрія» - це сучасне підприємство, виробничі потужності якого дозволяють випускати більше 150 найменувань високоякісних молочних продуктів, таких як: масло, сир, молоко, кефір, ряжанка, йогурт, сметана, вершки, солодкі сирки, майонез, морозиво, тощо, використовуючи при цьому як широко відомі рецептури, так і оригінальні, створені технологічною службою підприємства.

Аналіз показників діяльності підприємства характеризує ефективність використання підприємством наявних ресурсів, збільшення продуктивності

праці, середньорічної заробітної плати, коефіцієнтів ліквідності та платоспроможності підприємства.

5. Місія ПрАТ «Юрія» полягає у задоволенні потреб споживачів у якісній молочній продукції з метою отримання прибутку та внесенні посильного вкладу в економічний розвиток України.

Постачальницька база ПрАТ «Юрія» охоплює Звенигородський, Золотоніський район та частину Уманського району Черкаської області. Станом на 2019 рік, частка господарств ПрАТ «Юрія» у структурі поставок молока склала 78%. На сьогоднішній день ПрАТ «Юрія» доводиться конкурувати як з місцевими виробниками, так і з гігантами сфери виробництва молочних продуктів - холдингами «Юнімілк-Україна», «Вімм-Білл-Данн», «Лакталіс-Україна», «Клуб сиру», «ФудМастер».

6. ПрАТ «Юрія» належить саме до таких організацій, адже молокопереробна галузь характеризується більшою статичністю, ніж, скажімо, сфера комп'ютерних технологій, електротехнічна чи автомобільна галузі.

Аналіз зовнішнього середовища виявив загрози і можливості розвитку ПрАТ «Юрія». Основні загрози для компанії криються у факторах непрямого впливу носять політичний та економічний характер. Оскільки підприємство веде активну зовнішньоекономічну діяльність, важливою є політика держави та економічна стабільність.

Сильними сторонами компанії є досвід роботи на ринку, довіра споживача, широкий асортимент продукції та її конкурентоспроможність.

Проаналізувавши показники інноваційної діяльності, можна сказати, що підприємство є досить інноваційно активним. Зміна інтегрального показника становить 0,68 і знаходиться в межах від 0 до 1, що відповідає середньому темпу стійкого інноваційного розвитку.

За більшістю показників ПрАТ «Юрія» знаходиться на межі між середнім та високим рівнями, тому ці показники можуть і мають бути покращені, оскільки для цього є всі передумови.

Комплексний аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства виявив ряд проблем, основними з яких є недостатня кваліфікованість кадрів, недостатнє фінансування інноваційного розвитку та навчання персоналу, обмеженість вітчизняного ринку числом основних великих компаній, які є постійними клієнтами «Юрія» та низька конкурентоспроможність за деякими групами товару. Подальші дослідження та рекомендації мають бути спрямовані на подолання виявлених проблем.

Необхідною є розробка ряду рекомендацій та заходів, які покращать показники підприємства та зможуть вирішити проаналізовані проблеми.

7. В результаті проведеного аналізу інноваційного розвитку ПрАТ «Юрія», для активізації інноваційної діяльності були запропоновані та розглянуті такі організаційно-економічні напрями інноваційного розвитку як впровадження CRM-системи, випуск нової продукції, розробка плану фінансування інноваційного розвитку, проведення заходів з підвищення кваліфікації кадрів.

За кожним з запропонованих заходів було розглянути прогнозний вплив на показники інноваційного розвитку підприємства. Було проаналізовано впровадження мембранного насосу для виробництва йогурту з лавандою.

В ході аналізу, було встановлено, що впровадження даного проекту є вдалим для підприємства, оскільки значно підвищує інноваційну ефективність компанії і має низький рівень ризику.

Проведений прогноз фінансових результатів розвитку підприємства свідчить про те, що мінімальний чистий прибуток від впровадження інновації становитиме 50 тис. в місяць і лише за 2 місяці збільшиться вдвічі.

Для формування ринкової системи мобілізації фінансових ресурсів на підприємстві та розробки інвестиційної політики для молокопереробного підприємства на підприємстві необхідно впровадити заходи, в першу чергу, по оновленню обладнання та забезпечити якісною сировиною.

Основним завданням, є зміна застарілих виробничих ліній молокопереробного заводу, що потребує значної модернізації.

8. Впровадження інновацій в ПрАТ «Юрія» забезпечує формування суттєвого економічного та ресурсного ефектів. Запропоновані заходи можна вважати доцільними.

Отже, можна сказати, що ПрАТ «Юрія» із введенням інноваційної технології стане більш конкурентоспроможним.

ДОДАТКИ

Додаток А

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31 грудня 2018 року

Форма №1 Код за ДКУД 1801001			
А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	1590	1545
первісна вартість	1001	2058	2065
накопичена амортизація	1002	468	520
Незавершені капітальні інвестиції	1005	801	1680
Основні засоби	1010	221295	145284
первісна вартість	1011	427352	320819
знос	1012	206057	175535
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
Знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	6	6
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	23	-
Відтерчені податкові активи	1045	976	11797
Гудвил	1050	-	-
Відтерчені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	224691	160312
II. Оборотні активи			
Залишки	1100	6602	6379
Виробничі запаси	1101	6454	6250
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	117	111
Товари	1104	31	18
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Довідати перестрахування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	29925	22597
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	3929	2066
з бюджетом	1135	7549	14863
у тому числі з податку на прибуток	1136	3067	2026
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інші поточна дебіторська заборгованість	1155	55252	153044
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	196	1117
Готівка	1166	-	-
Рахунки в банках	1167	196	1117
Витрати майбутніх періодів	1170	150	6452
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:	1181	-	-
резервах довгострокових зобов'язань			
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резерви незароблених премій	1183	-	-

інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	22	59
Усього за розділом II	1195	103625	206577
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	328316	366889

Пасиви	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (найовий) капітал	1400	105527	105527
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	164396	164396
Додатковий капітал	1410	7693	7693
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	600	600
Перозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(6440)	8326
Неоплачений капітал	1425	()	()
Вилучений капітал	1430	()	()
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	274776	286542
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Цесійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	50304	76565
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Благочинна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	-	-
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	50304	76565
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	89	251
розрахунками з бюджетом	1620	240	100
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	1787	379
розрахунками з оплати праці	1630	641	6
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	2793	2640
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	686	406
Усього за розділом III	1695	6236	3782
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість активів незарегістрованого пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	328316	366889

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31 грудня 2019 року

Форма №1 Код за ДКУД 1801001			
А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	1 545	1 537
первісна вартість	1001	2 065	2 065
накопичена амортизація	1002	520	528
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 680	3 360
Основні засоби	1010	145 284	202 348
первісна вартість	1011	320 819	390 192
знос	1012	175 535	187 844
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
Знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	6	6
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	840
Відстрочені податкові активи	1045	11 797	10 672
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	160 312	218 763
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	6 379	5 872
Виробничі запаси	1101	6 250	5 752
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	111	106
Товари	1104	18	14
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Цепозити перестрахування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	22 597	46 220
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	2 066	36 952
з бюджетом	1135	14 863	5 697
у тому числі з податку на прибуток	1136	2 026	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	153 044	86 856
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	1 117	710
Готівка	1166	-	1
Рахунки в банках	1167	1 117	709
Витрати майбутніх періодів	1170	6 452	8 584
Частка перестрахувача у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:	1181	-	-
резервах довгострокових зобов'язань			
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-

інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	59	1 011
Усього за розділом II	1195	206 577	191 902
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	366 889	410 665

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	105 527	105 527
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	164 396	151 708
Додатковий капітал	1410	7 693	7 693
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	600	8 720
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	8 326	41 104
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	286 542	314 752
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	76 565	86 742
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань	1532	-	-
резерв збитків або резерв належних виплат	1533	-	-
резерв незароблених премій	1534	-	-
інші страхові резерви	1535	-	-
Інвестиційні контракти	1540	-	-
Призовий фонд	1545	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	76 565	86 742
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	251	4 269
розрахунками з бюджетом	1620	100	804
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	601
розрахунками зі страхування	1625	379	428
розрахунками з оплати праці	1630	6	-26
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	-	1
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	2 640	2 792
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	406	903
Усього за розділом III	1695	3 782	9 171
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість активів незарезервованого пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	366 889	410 665

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2020 року

Форма №1 Код за ДКУД 1801001			
А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	1 537	1 567
первісна вартість	1001	2 065	2 227
накопичена амортизація	1002	528	660
Незавершені капітальні інвестиції	1005	3 360	-
Основні засоби	1010	202 348	233 833
первісна вартість	1011	390 192	439 649
знос	1012	187 844	205 816
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
Знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	6	6
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	840	29 185
Відстрочені податкові активи	1045	10 672	10 287
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	218 763	274 878
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	5 872	9 097
Виробничі запаси	1101	5 752	8 951
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	106	101
Товари	1104	14	45
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестрахування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	46 220	118 699
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	36 952	14 333
з бюджетом	1135	5 697	1 206
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	86 856	16 533
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	710	63
Готівка	1166	1	1
Рахунки в банках	1167	709	62
Витрати майбутніх періодів	1170	8 584	8 586
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:	1181	-	-
резервах довгострокових зобов'язань			
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-

інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	1 011	132
Усього за розділом II	1195	191 902	168 649
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	410 665	443 527

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	105 527	105 527
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	151 708	151 708
Додатковий капітал	1410	7 693	7 693
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	8 720	36 936
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	41 104	39 212
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	314 752	341 076
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	86 742	89 538
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	86 742	89 538
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	4 269	1 141
розрахунками з бюджетом	1620	804	469
у тому числі з податку на прибуток	1621	601	249
розрахунками зі страхування	1625	428	66
розрахунками з оплати праці	1630	-26	12
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	1	-
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	2 792	3 597
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	903	7 628
Усього за розділом III	1695	9 171	12 913
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	410 665	443 527

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2018 рік

Форма N2 Код за ДКУД 1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	287907	181414
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
премії підписані, валова сума	2011	-	-
премії, передані у перестраховування	2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(263155)	(146157)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	24752	35257
збиток	2095	(-)	(-)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	83688	5617
у тому числі:	2121	-	-
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(7961)	(21064)
Витрати на збут	2150	(1846)	(723)
Інші операційні витрати	2180	(67471)	(4627)
у тому числі:	2181	-	-
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	31162	14460
збиток	2195	(-)	(-)
Доход від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	-	16
Інші доходи	2240	8276	15
у тому числі:	2241	-	-
дохід від благодійної допомоги			
Фінансові витрати	2250	(7)	(4)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(34444)	(25043)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-

Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	4987	-
збиток	2295	(-)	(10556)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	10821	2868
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	15808	-
збиток	2355	(-)	(7688)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	15808	(7688)

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	40432	51623
Витрати на оплату праці	2505	23233	18559
Відрахування на соціальні заходи	2510	5576	6653
Амортизація	2515	14992	19440
Інші операційні витрати	2520	21222	21713
Разом	2550	105455	117988

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2019 рік

Форма N2 Код за ДКУД 1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	178 041	287 907
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
премії підписані, валова сума	2011	-	-
премії, передані у перестраховання	2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(111 769)	(263 155)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	66 272	24 752
збиток	2095	(-)	(-)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	4 582	83 688
у тому числі:	2121	-	-
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(10 602)	(7 961)
Витрати на збут	2150	(-)	(1 846)
Інші операційні витрати	2180	(18 522)	(67 471)
у тому числі:	2181	-	-
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	41 730	31 162
збиток	2195	(-)	(-)
Доход від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	2	-
Інші доходи	2240	5 075	8 276
у тому числі:	2241	-	-
дохід від благодійної допомоги			
Фінансові витрати	2250	(8)	(7)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(14 843)	(34 444)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-

Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	31 956	4 987
збиток	2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(3 740)	10 821
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	28 216	15 808
збиток	2355	(-)	(-)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	28 216	15 808

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	65 025	52 923
Витрати на оплату праці	2505	28 553	23 233
Відрахування на соціальні заходи	2510	6 602	5 576
Амортизація	2515	14 362	15 603
Інші операційні витрати	2520	22 410	12 160
Разом	2550	136 952	109 495

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на			

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за 2020 рік

Форма N2 Код за ДКУД 1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	179 960	178 041
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
премії підписані, валова сума	2011	-	-
премії, передані у перестраховання	2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(127 463)	(111 769)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	52 497	66 272
збиток	2095	(-)	(-)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	3 092	4 582
у тому числі:	2121	-	-
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(10 855)	(10 602)
Витрати на збут	2150	(-)	(-)
Інші операційні витрати	2180	(11 319)	(18 522)
у тому числі:	2181	-	-
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	33 415	41 730
збиток	2195	(-)	(-)
Доход від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	-	2
Інші доходи	2240	6 103	5 075
у тому числі:	2241	-	-
дохід від благодійної допомоги			
Фінансові витрати	2250	(9)	(8)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(6 620)	(14 843)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-

Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	32 889	31 956
збиток	2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(6 564)	(3 740)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	26 325	28 216
збиток	2355	(-)	(-)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	26 325	28 216

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	69 707	65 025
Витрати на оплату праці	2505	35 093	28 553
Відрахування на соціальні заходи	2510	7 999	6 602
Амортизація	2515	18 104	14 362
Інші операційні витрати	2520	16 487	22 410
Разом	2550	147 390	136 952

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
2. Закон України «Про підприємництво» від 07.02.1991 р. № 698-XII. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text>
3. Абрамешин А.Е., Вороніна Т.П., Молчанова О.П., Тихонова Е.А., Шленов Ю.В. Інноваційний менеджмент: підручник. / під.ред. О.П. Молчанової. М.: Віта-Прес, 2011. – 448 с.
4. Андрушків Б.М. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства: навч. посіб / Б.М. Андрушків, Л.М. Мельник, Л.Я. Малюта. – Тернопіль: ТНТУ, 2010. – 278 с.
5. Антонюк Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: монографія / Л. Антонюк, А. Поручник, В. Савчук; Київський національний економічний університет. – Київ: КНЕУ, 2013. – 244 с.
6. Арєф'єва О.В. Економічні засади формування потенціалу підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2018. – №7. – С. 71-76.
7. Баранчєєв В.П. Управление инновациями: учебник для бакалавров / В.П. Баранчєєв, Н.П. Масленникова, В.М. Мишин; 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2014. – 711 с.
8. Барногльц С.Б. Економічний аналіз господарської діяльності на сучасному етапі розвитку. – М.: Логос, 2015. – 248 с.
9. Бужинський А.І. Методика економічного аналізу діяльності промислового підприємства / А.І. Бужинський, А.Д. Шеремет. – М.: Фінанси і статистика, 2014. – 116 с.
10. Бурмака Т.М., Оцінка рівня розвитку підприємства // Науковий вісник будівництва. – Вип. №27 – Х.: ХДТУБА, 2015. – С. 263-268.

- 11.Валдайцев С.В. Управление инновационным бизнесом: Учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 459 с.
- 12.Василенко В.О. Інноваційний менеджмент: навчальний посібник / В.О. Василенко, В.Г. Шматько; за редакцією В.О. Василенко. – Київ: ЦУЛ, Фенікс, 2013. – 440 с.
- 13.Гамидов Г.С. Основы инноватики и инновационной деятельности / Г.С. Гамидов, В.Г. Колосов, Н.О. Османов. – Санкт-Петербург: Политехника, 2010. – 323 с.
- 14.Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. – К.: КНЕУ, 2010. – 392 с.
- 15.Говоруха Ж.А. Теоретичні підходи до визначення поняття «інновація» // Наукові праці Національного університету харчових технологій. –К.: НУХТ, 2010. – № 35. –С. 43-46.
- 16.Горелов Д.О. Стратегія підприємства. – Харків: ХНАДУ, 2010. – 133 с.
- 17.Гринев Ф.В. Инновационный менеджмент: учеб. пособие. – Киев: МАУП, 2014. – 148 с.
- 18.Гриньов А.В. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства // Проблеми науки. – Київ: УкрНТЕІ, 2013. – № 12. – С. 12-17.
- 19.Груба Г.І. Розвиток інноваційної діяльності в Україні: теорія, методологія,стратегія державної політики: монографія. Київ: ДКС центр, 2015. 363 с.
- 20.Гура В.Л. Інноваційний потенціал підприємства як невід’ємна складова конкурентоспроможного потенціалу підприємства // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2018. № 3. Т. 1. С. 187-191.
- 21.Дорошко О.О. Особливості інноваційного розвитку України // Інвестиції:практика та досвід. 2017. № 5. С. 21-24.
- 22.Захарченко В.І. , Корсікова Н.М., Меркулов М.М. Інноваційний менеджмент. Теорія і практика в умовах трансформації економіки:навч. посіб.Київ: Центр учбової літератури, 2012. 446 с.

- 23.Інноваційний менеджмент: навч. посіб. / С.В. Гарбуз, Т.Є. Пенкіна, Л.М. Хоменко, Т.О. Соболева; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». –Електрон. текстові дані. – Київ: КНЕУ, 2013. – 667 с.
- 24.Инновационная экономика: монография / А.С. Захарченков, Л.Н. Ивин, В.М. Куклин, С.А. Мехович, Л.Л. Тобажнянский; под ред. проф. Л.Л. Тобажнянского. – Харьков: ООО «ЭДЭНА», 2010. – 716 с.
- 25.Инновационный менеджмент. Справочное пособие, издание 2-е, перераб. и доп. / Под ред. П.Н. Завлина, А.К. Казанцева, Л.З. Миндели, Ф.К. Никсон. – М.: Центр исследований и статистики науки, 2014. – 349 с.
- 26.Королев В.А. Основы системно-процессной теории устройства и жизнедеятельности организаций / В.А. Королев, Н.П. Стариков // Менеджмент именеджер. – 2017. –№ 11. – С.14-25.
- 27.Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: навчальний посібник.– Київ: КНЕУ, 2013. – 504 с.
- 28.Микитюк П.П. Інноваційна діяльність: навч. пос. для студ. вищ. навч. закл / П.П. Микитюк, Б.Г. Сенів. – Київ: Центр учбової літератури, 2009. – 392 с.
- 29.Мошенський С.З., Олійник О.В. Економічний аналіз: Підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. / За ред. д.е.н., проф., Заслуженого діяча науки і техніки України Ф.Ф. Бутинця. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП «Рута», 2007. – 704 с.
- 30.Наукова та інноваційна діяльність України. [Електронний ресурс]. – Режимдоступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/express/exsp2017/10/183pdf.zip>
- 31.Ніронович Н.І. Удосконалення управління інноваційними процесами на промислових підприємствах: автореф. дис. канд. екон наук: 08.06.01. – Львів, НУ «Львівська політехніка», 2011. – 25 с.
- 32.Офіційний сайт ПрАТ «Юрія». –[Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://voloshkovepole.com.ua/>
- 33.Пересада А.А. Управління інвестиційним процесом. – Київ: Лібра, 2012.– 472 с.

- 34.Полозова Т.В. Організаційно-економічний механізм управління інноваційно-інвестиційною спроможністю підприємства // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2017. – 126 с.
- 35.Санто Б. Инновация как средство экономического развития. – М., 2011. – 312с.
- 36.Сироткина Н.В. Индикативное управление промышленными предприятиями в инновационной среде: теория, методология, практика: дис. д.э.н: 08.00.05. – Воронеж, 2008. – 342 с.
- 37.Соколова Л.В. Організаційно-економічне забезпечення адаптації підприємств до невизначеності бізнес-середовища: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами». – Донецьк, 2012. – 34 с.
- 38.Стадник В.В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. – Київ: Академвидав, 2006. – 463 с.
- 39.Тарасенко І.О. Оцінка інноваційної активності підприємства в системі стратегічного управління / І.О. Тарасенко, О.М. Королько, К.С. Бежавська // Актуальні проблеми економіки. – Київ, 2013. – №9. – С. 133-141.
- 40.Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями. – М., 1999. – 304с.
- 41.Ткаченко М.О. Дослідження підходів до визначення сутності категорії «інновація» // Дослідження та оптимізація економічних процесів: кол. монографія / за ред. О.В. Манойленко. – Харків: НТУ «ХП», 2013. – Т. 2. – С. 120-130.
- 42.Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА М, 2010. – 312 с.
- 43.Федоренко В.Г. Інноваційна і інвестиційна стратегія України // Економіка та держава.– 2013.– № 8. – С. 16-27.
- 44.Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 2006. – 217 с.
- 45.Юрьев В.М., Чекулина Т.А. Формирование концепции инновационного развития экономики с позиций практико-ориентированного подхода //

Вестник Тамбовского университета. – Серия: Гуманитарные науки. – 2011. – № 12. – С. 421-427.

46. CRM-система для управления продажами. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: bitrix24.ru.