

ВСТУП

Сучасний стан проблеми та актуальність теми. Умови сучасного ринку в багатьох його сферах потребують від підприємств постійного розвитку і вдосконалення механізмів роботи. Рівень конкуренції зростає з кожним днем, що сприяє зниженню цін та необхідності підвищення якості продукції. Це вимагає від керівництва компаній все більше уваги приділяти довгостроковому стратегічному плануванню, пошуку резервів для підвищення ефективності роботи. В таких жорстких умовах можливість отримати максимальний ефект від впроваджених заходів дуже важлива. Ось чому потрібно приділяти увагу тому, який ефект підприємство отримає від комплексного застосування тих чи інших заходів, адже синергічний ефект який буде результатом добре спланованого комплексу заходів безперечно надасть компанії перевагу над конкурентами, які не будують свою стратегію розвитку із застосуванням комплексних методів. В умовах високо конкурентного ринку одним із базисних елементів такого комплексу може стати управління інноваційною діяльністю підприємства, що і зумовило вибір теми роботи.

Мета кваліфікаційній роботі ступеня бакалавр – теоретичне обґрунтування та розробка управлінських рішень щодо підвищення ефективності діяльності підприємства.

Для досягнення поставленої мети в кваліфікаційній роботі ступеня бакалавр вирішені такі завдання:

- вивчені теоретичні аспекти управління промисловим підприємством і підходи до оцінки ефективності управління підприємством;
- проаналізовані техніко-економічні й фінансові показники діяльності підприємства;
- розроблені заходи щодо підвищення ефективності управління підприємством та визначена економічна ефективність запропонованих управлінських рішень.

Об'єктом розроблення є система управління підприємством.

Предметом розроблення є теоретичні, методичні та практичні підходи до підвищення ефективності діяльності підприємства.

Методи дослідження. У роботі використано такі методи: економіко-статистичний, аналітичний та логічний, методи системного, кореляційно-регресійного та економічного аналізу.

Практичне значущість – робота містить результати самостійно проведених досліджень, що можуть бути впроваджені в діяльність підприємства.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ

1.1 Значення інновації і інноваційного процесу для підприємства

В сучасних умовах виживають тільки ті підприємства, які гнучко реагують на вимоги ринку, створюють і грамотно організують виробництво конкурентоспроможної продукції, забезпечують ефективність перебудови внутрішньовиробничого управління, інноваційно розвиваються, тобто обирають управлінські рішення, які підвищують ефективність діяльності підприємства.

Сьогодні інновації стають ключовим чинником розвитку для більшості підприємств. В умовах сучасних революційних перетворень у технічному базисі виробництва ступінь його технічної досконалості та рівень економічного потенціалу в цілому визначаються прогресивністю використовуваних технологій - способів одержання і перетворювання матеріалів, енергії, інформації, виготовлення продукції. Технологія виступає завершальною ланкою і формою матеріалізації фундаментальних досліджень, засобом безпосереднього впливу науки на сферу виробництва [1].

Необхідність науково-технічного розвитку економічних систем будь-якого рівня викликається такими причинами, як [11]:

- зростання культури суспільства і підвищення вимог споживачів щодо якості та різноманітності товарів і послуг;
- конкуренція виробників з метою збереження свого місця на ринку і отримання найвищого прибутку;
- ресурсні та екологічні обмеження, що виникають у зв'язку з вичерпанням традиційних ресурсів та необхідністю збереження довкілля;
- прогрес у суміжних галузях та країнах, з якими кооперується дана економічна система;

- системний розвиток науки за внутрішніми законами пізнання природних та суспільних явищ.

Для підприємства, інновації – це ключ до ефективного функціонування, адже місія підприємства, насамперед, полягає у отриманні максимального прибутку [16]. За умов ринкової економіки підприємства, що працюють у одній сфері будуть конкурувати і тим самим заважати один одному у досягненні своєї місії. Зрозуміло, що переможе і досягне своєї мети підприємство, яке максимізує дохід і мінімізує витрати, а найкращим помічником у цьому сьогодні стають саме інновації.

1.2 Визначення та класифікація поняття інновація

В економічній літературі термін «інновація» інтерпретується як перетворення потенційного науково-технічного прогресу в реальний, який втілюється в нових продуктах і технологіях. Інноваційний продукт характеризується вищим технологічним рівнем, новими споживчими якостями товару або послуги порівняно з попереднім продуктом.

Саме слово «інновація» походить від латинського «інноваре» («відновлення», «оновлення») [12]. Англійське слово та поняття «innovation» відповідає нашому «введення нового» чи «введення новацій». Тобто практичне використання новації з моменту її виробництва та розповсюдження у якості нових продуктів або послуг є нововведенням (інновацією). Під новацією розуміється новий порядок, новий звичай, новий метод, винахід, нове явище (відкриття) [15].

У літературних джерелах є чимало визначень інновацій. Вчені по-різному трактують це поняття залежно від предмета та об'єкта свого дослідження.

Об'єктами інноваційної діяльності є [15]:

- інноваційні програми і проекти;
- нові знання та інтелектуальні продукти;
- виробниче обладнання та процеси;

- інфраструктура виробництва і підприємництва;
- організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва і (або) соціальної сфери;
- сировинні ресурси, засоби їх видобування і переробки;
- товарна продукція;
- механізми формування споживчого ринку і збуту товарної продукції.

Щодо змісту цього поняття у фахівців існують два підходи: широкий і вузький.

Класичним широким підходом вважають викладене австрійським економістом І. Шумпетером ще у 1913р. у праці «Теорія економічного розвитку» розуміння інновації як такої, що складається з п'яти основних варіантів [15]:

- введення нового товару (товару, з яким не знайомий споживач, або товару нового виду);
- впровадження нового методу виробництва продукції (методу, який раніше не використовувався у цій галузі промисловості);
- відкриття нового ринку, на якому цю галузь промисловості цієї країни не було представлено;
- завоювання нового джерела сировини та напівфабрикатів;
- впровадження нової організаційної структури в будь-якій галузі.

Однак більшість економістів стоять на позиціях вузького підходу. Вони обмежують галузь інновації науково-технічними технологічними питаннями. При цьому, згідно з однією точкою зору, інновація – це процес застосування нових технологій, виробів. А з іншою – результат у вигляді нових методів, продукції, технологічних процесів.

П. Лемерль характеризує інновацію як «новий продукт або послугу, спосіб їх виробництва, нововведення в організаційній, фінансовій, науково-дослідній та інших сферах, будь-яке удосконалення, що забезпечує економію витрат або створює умови для такої економії». На близькій позиції щодо визначення цього

поняття стоять автори словника ринкової економіки. На їхню думку, інновації характеризуються насамперед ефективністю вкладених коштів [19].

Термін «інновація» почав застосовуватись у вітчизняній літературі пізніше, ніж за кордоном. Його зміст розкривають, зокрема, словники. У виданнях до 1990р. терміна «інновація» ще немає. Водночас за кордоном це поняття виникло на початку ХХ ст. і дістало подальший розвиток та аналіз у 30-ті роки [13].

Найінтенсивніше проблема інновацій та їх оцінки почала розвиватися у 60-ті роки ХХ ст. у зв'язку з різким зростанням масштабу та складності виконуваних НДР та ДКР, особливо в авіакосмічній, атомній та радіоелектронній промисловості, з розвитком біотехнологій.

Відповідно до міжнародних стандартів, інновація визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності, який дістав втілення у вигляді нового або удосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або удосконаленого технологічного процесу, що знайшов використання у практичній діяльності.

В сучасній літературі поширені два підходи щодо визначення поняття «інновація»:

- 1) статичний, де інновація виступає як «інновація-продукт», коли вона представляється як результат інноваційного процесу у вигляді нової техніки (продукції), технології, нового методу, що впроваджується на ринку;
- 2) динамічний, де інновація виступає як «інновація-процес», коли в динаміці розглядається процес, що охоплює дослідження, проектування, розроблення, організацію виробництва, комерціалізацію і поширення нових виробів, технологій, принципів замість існуючих.

Отже, можна запропонувати таке визначення поняття «інновації»: це інструмент зміни матерії, визначений у часі, просторі і задіяних ресурсах, який не використовувався раніше до цього моменту в заданому просторовому вимірі.

На ринку нововведень продукт є результатом наукової роботи. Розрізняють науково-дослідні та дослідно-конструкторські (експериментальні) роботи. Залежно від глибини змін деякі автори поділяють інновації на радикальні (базові), поліпшуючі, модифікаційні (окремі). З урахуванням сфер діяльності

інновації можуть бути технологічними, виробничими, економічними, торговельними, соціальними, організаційними тощо.

За причинами виникнення інновації поділяють на реактивні та стратегічні [1]. Реактивні – це інновації, які забезпечують виживання фірми в умовах конкуренції. Вони з'являються як реакція на нові перетворення з боку конкурентів, щоб завдяки їм фірма могла продовжувати існування на ринку. Стратегічні інновації – це нововведення, впровадження яких має випереджувальний характер з метою отримання конкурентних переваг у перспективі.

Найважливіші класифікаційні ознаки інновацій наведені у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1– Класифікація інновацій

Ознака класифікації	Види інновацій
За причиною виникнення	потреби економіки потреби людини потреби виробництва потреби НДР
За ступенем новизни	радикальні відносні поліпшуючі
За сферою застосування	виробів технологій менеджменту соціальні
За середою впровадження	міжнародні державні галузеві окремих підприємств

За характером потреб, які задовольняються, інновації можуть бути зорієнтовані на існуючі потреби або на формування нових.

При класифікації промислових інновацій за ступенем новизни можуть бути використані положення, де вирізняють дві широкі форми інновації продукції:

зовсім нові види продукції, а також удосконалення характеристик продукції, яка вже існує – незначні інновації.

1.1.2 Сутність інноваційних процесів

Інноваційний процес пов'язаний із створенням, освоєнням і поширенням інновацій. Під інноваційним процесом слід розуміти не лише впровадження інновацій у виробництво, а й сукупність здійснюваних у просторі і часі якісно нових змін, які носять назву процесів впровадження нової техніки [17]. Тобто по суті це впровадження результатів наукових досліджень, що реалізуються вперше, результати прикладних розробок, які вміщують винаходи та інші наукові досягнення, нові або вдосконалені процеси виробництва, способи організації виробництва і праці, що забезпечують підвищення техніко-економічних показників виробництва або вирішення соціальних та інших завдань його розвитку. Результатом інноваційних процесів є новини, а їх впровадження у господарську практику визнається нововведенням.

В основі інноваційного процесу лежить створення, упровадження і поширення інновацій, необхідними властивостями яких є науково-технічна новизна, практичне їх застосування і комерційна реалізованість з метою задоволення нових суспільних потреб.

Звичайно, світ нововведень не обмежується тільки технікою і технологіями. Удосконалення, зміни систем управління та організації процесів виробництва теж здійснюються через уведення інновацій. Нові організаційні структури, методи розробки управлінських рішень, форми стимулювання розробляються науковцями-спеціалістами, освоюються і впроваджуються так само, як і нові прилади, технологічні лінії чи обладнання. Нові моделі одягу, види послуг, нові організаційні форми – усе це є результатом інноваційних процесів, які розвиваються на основі певних принципів: спочатку усвідомлюється необхідність змін, визначається мета, розроблюється інновація, освоюється, поширюється, використовується і «відмирає».

Інноваційний процес можна розглядати як комплекс послідовних дій, унаслідок яких новація розвивається від ідеї до конкретного продукту і поширюється під час практичного використання [15]. На розвиток інноваційного процесу впливають [13]:

- стан зовнішнього середовища, у якому він проходить (тип ринку, характер конкурентної боротьби, практика державного регулювання, рівень освіти, організаційні форми взаємодії науки і виробництва тощо);
- стан внутрішнього середовища окремих організаційних і господарських систем (фінансові та матеріально-технічні ресурси, застосування технологій, зв'язки з зовнішнім середовищем та ін.);
- специфіка самого інноваційного процесу як об'єкта управління.

Ефективність інноваційного процесу визначається лише після впровадження інновації, коли з'ясовується, у якій мірі вона задовольняє потреби ринку. Важливе значення при цьому має інструмент моделювання. Модель інноваційного процесу дає змогу виділити в інноваційній діяльності окремі складові, відкриваючи тим самим можливість наскрізного планування інновації за стадіями, з урахуванням кон'юнктурних змін.

На відміну від науково-технічного прогресу інноваційний процес не завершується тільки впровадженням новації (техніки, технології, продукту) у виробництво, а має неперервний характер, оскільки «з поширенням (дифузією) інновація вдосконалюється, стає ефективнішою, набуває нових споживчих якостей. Це відкриває для неї нові можливості застосування, нові ринки, а відповідно, і нових споживачів, котрі сприймають даний продукт, технологію або послугу як нові саме для себе».

Таким чином, інноваційний процес можна вважати засобом задоволення суспільних потреб на основі впровадження досягнень науки і технології. Інноваційний процес охоплює невиробничу сферу, сферу матеріального виробництва й експлуатації. Він є системою етапів, стадій та видів робіт, і тому має складну структуру.

Інноваційний процес поділяється на окремі етапи, види діяльності та стадії, як: фундаментальні та прикладні дослідження, проектно-конструкторські розробки, освоєння нововведення у виробництві й експлуатації. Це призводить до дискретності інноваційного циклу, коли окремі результати не знаходять довгий час свого застосування на наступних стадіях.

Слід зазначити, що на відміну від виробничого процесу інноваційний процес характеризується:

- високим ризиком і невизначеністю шляхів досягнення цілей;
- неможливістю детального планування та орієнтації на прогностичні оцінки;
- необхідністю переборювати опір як у сфері економічних відносин, так і інтересів учасників інноваційного процесу;
- залежністю від соціально-економічного середовища, у якому він функціонує і розвивається.

Потреба в інноваційному процесі формується під впливом такої суперечності, як співвідношення між реальною і бажаною ситуацією в розвитку суспільства. Започатковує інноваційний процес настанова на зміну ситуації або її вдосконалення.

Інновації на підприємстві можуть зменшити витрати, якщо вони удосконалюють процес виробництва, а також збільшити доходи, коли покращується якість продукції і споживачі віддають переваги саме їй. Тому для підприємства інновації носять не такий глобальний характер як для економіки в цілому, але підприємства і не ставлять перед собою таких глобальних завдань.

Інноваційний процес на підприємствах має не стільки локальне значення для самих фірм, скільки глобальне для всієї національної економіки. Тому держава має сприяти цьому процесу. На жаль в Україні поки механізм розвитку інновацій не досконалий, а потреба в удосконаленні даного механізму зростає у розрізі економічної ситуації, в якій в сучасний момент опинилась держава.

1.2 Інвестування інноваційних проектів

Важливим фактором є обсяг інвестицій, що має вирішальне значення на ринку капіталу в інноваційному процесі. Інвестиції – всі види майнових і інтелектуальних цінностей, які вкладаються в об'єкти підприємницької і інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект [2]. На практиці фінансове забезпечення інновацій може здійснюватися за рахунок кількох джерел: бюджетних асигнувань, банківського, приватного, оборотного капіталу фірми тощо. При цьому в інноваційній сфері вирішальну роль відіграють довгострокові та середньострокові інвестиції, оскільки інноваційний процес є досить тривалим.

В активізації інноваційної діяльності дуже зацікавлений підприємець, адже це випуск нових і конкурентоздатних видів товарів, який дає йому гарантований прибуток, швидке повернення вкладених коштів, накопичення вільного капіталу і можливість його вкладення у розширення виробництва; працівник, адже це – нові робочі місця, гарантована і своєчасно виплата заробітної плати; споживач – він отримує доступ до нових видів товарів із кращими споживацькими якостями; і нарешті – держава, оскільки розвиток інноваційної діяльності це збільшення надходжень до бюджетів усіх рівнів, надходження до держави іноземного капіталу у вигляді прямих інвестицій [2].

На етапі інвестиційного забезпечення інноваційних підприємницьких проектів обґрунтовують обсяги інвестування, джерела надходження інвестицій, можливість залучення конкретних інвесторів тощо. При інвестуванні доцільно орієнтуватись на теперішню і майбутню вартість капіталу, що сприятиме врахуванню ризиків і захисту інвестицій.

Виходячи з цього, інноваційні підприємницькі проекти треба спрямувати на вирішення таких завдань, як забезпечення високих темпів економічного розвитку підприємства за рахунок підвищення ефективності його діяльності. Це економічне зростання забезпечується завдяки розробці і впровадженню у виробництво інноваційних підприємницьких проектів, у процесі чого

реалізується довгострокова стратегічна діяльність підприємства і отримання максимального рівня доходів (прибутків) від розробки і реалізації інноваційних підприємницьких проектів. При цьому прибуток є основним узагальнюючим фінансовим показником, який характеризує результати, отримані не тільки від інвестицій, вкладених у розробку та реалізацію інноваційних проектів, а й від усієї господарської діяльності підприємства.

Інноваційне інвестування можна класифікувати і за територіальною ознакою (територія України чи іншої країни): внутрішньо економічне (здійснюється на території України резидентами та/або нерезидентами) та зовнішньоекономічне (здійснюється суб'єктами України, поза її межами) [5]. Інвестиції відіграють значну роль в функціонуванні підприємства. Роль інвестицій в забезпеченні ефективного функціонування підприємства наведено в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2 – Роль інвестицій в забезпеченні ефективного функціонування підприємства

1.Головне джерело виробничого потенціалу	ІНВЕСТИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	5. Основний фактор формування довгострокової структури капіталу
2.Основний механізм реалізації стратегічних цілей економічного розвитку		6. Найважливіша умова забезпечення росту ринкової вартості підприємства
3.Головний механізм формування структури активів		7.Головний інструмент реалізації інноваційної політики (впровадження результатів технологічного процесу)
4. Основний механізм забезпечення простого та розширеного відтворення основних засобів і нематеріальних активів		8.Один з дієвих механізмів рішення задач соціального розвитку персоналу

Усі підприємства в тією чи іншою мірою пов'язані з інвестиційною діяльністю. Прийняття рішень з інвестування ускладнюється різними факторами: вид інвестиції; вартість інвестиційного процесу; множинність доступних проектів; обмеженість фінансових ресурсів, доступних для інвестування; ризик, пов'язаний із прийняттям того чи іншого рішення.

Нерідко рішення повинні прийматися за умов, коли існує ряд альтернативних або взаємозалежних проектів. У випадку необхідно зробити вибір одного чи декількох проектів, опираючись на певні критерії. Ймовірність того, що один проект буде переважати над усіма іншими критеріями, як правило значно менше одиниці.

Очевидно, що дуже істотним виступає фактор ризику. Інвестиційна діяльність завжди здійснюється в умовах невизначеності, ступінь якої може значно варіювати. Тому нерідко рішення приймаються на інтуїтивній основі [10].

1.3 Оцінка економічної ефективності інноваційних рішень на стадії їх функціонування

Після того як інноваційний проект був відібраний, починається наступний етап – використання інновацій. Загальним принципом оцінки ефективності яких є зіставлення ефекту (результату) і витрат. Ефект інновацій своєрідний продукт, наслідок нововведення, що є складовою частиною і основою ефекту виробництва, але виражається не в збільшенні обсягів виробництва, а в економії робочого часу, перетворення праці. Розрізняють такі види ефекту:

- інформаційний,
- ресурсний;
- екологічний;
- соціальний;
- економічний.

Інформаційний ефект полягає в накопиченні нових знань, трудових навичок, передового технологічного та організаційного досвіду.

Ресурсний ефект пов'язаний з відшкодуванням дефіцитних ресурсів, залученням у господарський обіг раніше не використовуваних ресурсів. Показниками ресурсного ефекту є вивільнення робочої сили, комплексність використання сировини та ін. [2].

З ресурсним тісно пов'язаний екологічний ефект. Екологічний ефект може бути позитивним і негативним. Він оцінюється зміною стану навколишнього середовища в результаті технічних нововведень.

Соціальний ефект проявляється у створенні сприятливих умов для всебічного розвитку особистості, застосування громадянами своїх творчих сил і здібностей. Соціальний ефект знаходить своє вираження в скороченні важкої фізичної праці, збільшення вільного часу, підвищення матеріального і культурного рівня життя народу, в охороні здоров'я та ін.

Економічний ефект поділяють на три види:

- 1) економія суспільної праці;
- 2) загальний економічний ефект;
- 3) структурний економічний ефект.

Економія суспільної праці проявляється у зниженні собівартості одиниці продукції», робіт в послуг, експлуатаційних витрат, питомих капітальних вкладень. Загальний економічний ефект пов'язаний із задоволенням нових суспільних потреб, зростанням на цій основі обсягу реалізації, маси прибутку і національного доходу. Структурний економічний ефект обумовлений зрушеннями у розподілі ресурсів між різними сферами прикладання праці, територіями, галузями. Доцільність здійснення інноваційної діяльності визначається шляхом розрахунку річного економічного ефекту.

Визначення економічної ефективності нових технологічних процесів вимагає обов'язкового розрахунку річного випуску продукції.

Для оцінки загальної економічної ефективності інновацій використовується система показників:

- 1) Інтегральний ефект.
- 2) Індекс рентабельності
- 3) Норма рентабельності.
- 4) Період окупності.

1. Інтегральний ефект $E_{\text{інт}}$ представляє собою величину різниць результатів і інноваційних витрат за розрахунковий період, наведених до одного, звичайно початкового року, тобто з обліком дисконтування результатів і витрат[14]. Інтегральним ефектом називають також чистий дисконтований дохід, чиста наведена чи чиста сучасна вартість, чистий наведений ефект.

2. Індекс рентабельності інновацій J_R . Як показник рентабельності можна використовувати індекс рентабельності – співвідношення наведених доходів до наведених на цю ж дату інноваційних витрат.

За допомогою цього показника порівнюються дві частини потоку платежів: дохідна та інвестиційна. Індекс рентабельності тісно пов'язаний з інтегральним ефектом, якщо інтегральним ефект $E_{\text{інт}}$ позитивний, то індекс рентабельності $J_R > 1$, і навпаки. При $J_R > 1$ інноваційний проект вважається економічно ефективним. В іншому випадку $J_R < 1$ – неефективний. Перевага в умовах жорсткого дефіциту коштів повинна віддаватися тим інноваційним рішенням, для яких найбільш високий індекс рентабельності.

3. Норма рентабельності інноваційного рішення E_p являє собою ту норму дисконту, при якій величина дисконтованих доходів за певну кількість років стає рівною інноваційним вкладенням. У цьому випадку доходи і витрати інноваційного проекту визначаються шляхом приведення до розрахункового моменту часу[15].

Даний показник характеризує рівень прибутковості, що виражається дисконтною ставкою за якою майбутня вартість грошового потоку від інновацій доводиться до дійсної вартості інвестиційних засобів [15]. Показник норми рентабельності має інші назви: внутрішня норма прибутковості, внутрішня норма прибутку, норма проведення інвестицій. Для подальшого аналізу

відбирають ті інноваційні проекти, внутрішня норма прибутковості яких оцінюється величиною не нижче 15-20%.

Одержану розрахункову величину E_p порівнюють з необхідною інвестором нормою рентабельності. Питання про ухвалення інноваційного рішення може розглядатися, якщо значення E_p не менше необхідної інвестором величини. Якщо інноваційний проект повністю фінансується за рахунок позики банку, то значення E_p вказує верхню межу допустимого рівня банківської процентної ставки, перевищення якого робить даний проект економічно неефективним. У разі, коли має місце фінансування з інших джерел, то нижня межа значення E_p відповідає ціні капіталу який авансується, яка може бути розрахована як середня арифметична зважена величина плат за користування капіталом який авансується.

4. Період окупності, T_o , – є однією з найбільших розповсюджених показників оцінки ефективності інвестицій. На відміну від використовуваного у вітчизняній практиці показника «строк окупності капітальних вкладень» він також базується не на прибутку, а на грошовому потоці з доведенням інвестованих засобів в інновації і суми грошового потоку до дійсної вартості. Інвестування в умовах ринку поєднане із значним ризиком, і цей ризик тим більший, чим триваліший термін окупності вкладень [15].

Орієнтація на показник «період окупності» часто вибирається в тих випадках, коли немає впевненості, що інноваційний захід буде реалізовано, і тому власник засобів не ризикує довірити інвестиції на тривалий термін.

Отже, оцінка ефективності інвестиційних проектів – це визначення доцільності довгострокового вкладення капіталу (інвестицій) у різні об'єкти (галузі) з метою оцінки перспектив їхньої прибутковості й окупності.

Завдяки оцінці економічної ефективності інноваційних проектів вирішуються поставлені завдання. Економічна ефективність впровадження інноваційних рішень, це результативність економічної системи, що виражається у відношенні корисних кінцевих результатів її функціонування до ресурсів, які витрачаються.

2 АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ «НОВОМОСКОВСЬКИЙ ЗАВОД МІНВОДИ»

2.1 Загальна характеристика підприємства

«Новомосковський завод мінводи» почав свою виробничу діяльність у 1961 р. Основною сировиною заводу є мінеральна столова вода. Територія, де розташоване родовище води, ще в 40-50 роках назвали «Лікувальна місцевість Солоний Лиман на Дніпропетровщині». Підставою для цього є поклади лікувальної грязі у озері Солоний Лиман і цілий ряд лікувальних підземних вод всіляких типів. Вміст у воді кальцію, магнію та заліза сприятливо впливає на організм людини. Цілющі властивості мінеральної води «Дніпропетровська» підтверджені дослідженнями, проведеними Одеським НДІ курортології. Завдяки унікальному складу води, використати її можна в необмежених кількостях для питних цілей та із профілактичною користю для здоров'я людини.

ПрАТ «Новомосковський завод мінводи» створено в процесі перетворення з державного підприємства в акціонерне товариство закритого типу в 1996 році. Питання стратегії розвитку і технічного переоснащення сучасним високопродуктивним устаткуванням були розглянуті на перших же загальних зібраннях акціонерів. Була проведена реконструкція виробничих потужностей, спрямована на забезпечення високої якості продукції та продуктивності.

У 1997 р. на підприємстві проведена реконструкція заводу. Установлено високоякісне імпортне устаткування, що відповідає всім вимогам європейських стандартів. У зв'язку із цим розширений асортименти виробленої продукції. Встановлено високоякісне обладнання, яке відповідає вимогам євро стандартам: 4 виробничі лінії з розливу напоїв і нова німецька лінія повного циклу: від виробництва ПЕТ пляшок до упаковки вже готової продукції.

Адреса: смт. Юбілейний, вул. Теплична 17

Виробництво: село Знаменівка, Новомосковський район, вул. Петра Сагайдачного, 1А

Економічна діяльність підприємства є задоволення потреб населення України в якісній мінеральній воді і безалкогольних напоях на її основі. Підвищення культури споживання мінеральної води.

Предметом діяльності товариства є:

- користування надрами для видобутку мінеральних вод;
- розробка родовищ корисних копалин з наступною переробкою мінеральної сировини;
- виробництво, реалізація товарів народного споживання, зокрема, продовольчих: мінеральної води, безалкогольних напоїв;

Товариство є юридичною особою від дня його державної реєстрації, здійснює свою діяльність відповідно до чинного законодавства України і його статуту, який є його установчим документом.

Продукція підприємства ПрАТ «Новомосковський завод мінводи» проходить наступний виробничий цикл:

- видобуток мінеральної води з розташованих на території Новотроїцького родовища технічно оснащених свердловин;
- транспортування води до заводу по трубопроводу;
- контроль якості води, що проводиться, в спеціальній лабораторії;
- газування мінеральної води;
- виробництво безалкогольних напоїв з мінеральної води і їхнє газування;
- розлив мінеральної води і напоїв у фірмову тару, з фірмовою етикеткою;
- упаковка партій товару і відвантаження.

Розлив питної негазованої води відбувається безпосередньо з свердловини (продуктивність 160 м³/ на добу). Глибина свердловини 39 м.

Основний ресурс, необхідний для виробництва - вода, видобувається на Новотроїцькому родовище, і за допомогою потужностей підприємства.

Мінеральна вода, використовувана у виробництві добувається з глибини 39м. Інших постачальників цього ресурсу підприємства не має.

Товариство є юридичною особою від дня його державної реєстрації, здійснює свою діяльність відповідно до чинного законодавства України і його статуту, який є його установчим документом.

Підприємство має самостійний баланс, поточні, валютні і інші рахунки в установах банків, печатки і штампи зі своїм найменуванням, а також фірмовий бланк, може мати знаки для товарів і послуг.

Підприємство має право продавати, передавати безкоштовно, обмінювати, передавати в оренду, лізинг юридичним і фізичним особам матеріальні і нематеріальні активи та інші матеріальні цінності, використовувати і відчужувати їх іншими способами, що не суперечать чинному законодавству України.

Товариство несе відповідальність за своїми зобов'язаннями всім майном, що належить йому на праві власності, і на яке відповідно до законодавства України може бути звернено стягнення. Акціонери, відповідають за зобов'язаннями Товариства в межах акцій, що їм належать.

Для здійснення мети своєї діяльності підприємство в порядку, передбаченому чинним законодавством і статутом, має право:

- вступати у господарські та цивільно-правові відносини, здійснюючи будь-які не заборонені законодавством операції, з державними, орендними, кооперативними і іншими організаціями, установами, підприємствами, а також громадянами в Україні і за її межами;
- самостійно планувати свою діяльність і визначати перспективи розвитку;
- брати участь у створенні та діяльності господарських товариств, об'єднань, фінансово-промислових груп та інших організаційних структур;
- самостійно вирішувати питання матеріально-технічного забезпечення, формування і використання матеріальних і фінансових ресурсів;

Товариство від свого імені вступає у договірні відносини з національними і іноземними юридичними і фізичними особами, набуває майнових і особистих

немайнових прав і несе обов'язки, виступає позивачем і відповідачем в суді, господарському і третейському судах.

Підприємство самостійно планує свою виробничо-господарську і іншу діяльність, а також соціальний розвиток трудового колективу товариства. Основу плану складають рішення загальних зборів акціонерів і наглядової Ради, а також договори, укладені із споживачами і постачальниками.

ПрАТ «Новомосковський завод мінводи» відкриває в установах банків поточні, валютні і інші рахунки для своїх розрахункових операцій. Товариство самостійно обирає банківські установи для здійснення кредитно-розрахункових операцій.

Підприємство здійснює володіння, користування і розпорядження своїм майном відповідно до цілей своєї діяльності.

Майно товариства складають виробничі і не виробничі фонди, а також інші цінності, вартість якого відображається у його самостійному балансі.

Джерелами формування майна товариства є:

- грошові кошти і матеріальні цінності, які поступили в рахунок оплати акцій;
- прибутки, отримані від реалізації продукції, робіт, послуг і інших видів господарської діяльності;
- прибуток від цінних паперів;
- кредити банків і інших кредиторів;
- капітальні вкладення і дотації з бюджетів;
- майно, придбане в інших суб'єктів господарювання, організацій та громадян у встановленому законодавством порядку;
- інші, не заборонені законодавством, джерела.

Прибуток товариства утворюється з надходжень від господарської діяльності після покриття матеріальних і прирівняних до них витрат і витрат на оплату праці. Чистий прибуток, отриманий внаслідок господарської діяльності, залишається в повному розпорядженні товариства і використовується за

визначеними товариством напрямками. Порядок використання чистого прибутку визначається загальними зборами акціонерів. Отримані прибутки можуть бути за рішенням загальних зборів акціонерів спрямовані на:

- виплату дивідендів акціонерам;
- розвиток товариства (покриття збитків минулих періодів, модернізацію виробництва, поліпшення майна тощо).

Резервний фонд товариства створюється в розмірі 25% статутного фонду за рахунок щорічних відрахувань в розмірі 5% чистого прибутку до набрання необхідного розміру. Резервний фонд використовується на покриття збитків Товариства та фінансування позачергових витрат.

Товариство створює резервний фонд, фонд сплати дивідендів, а також інші фонди, які створюються за рішенням Загальних зборів акціонерів.

Грошові кошти товариства зберігаються на поточних, валютних і інших рахунках і використовуються їм самостійно.

Орган управління, який складається з Правління, що здійснює контроль, стратегічне планування і управління, і дирекції, займається оперативним управлінням заводом.

Управління ПрАТ «Новомосковський завод мінводи» і контроль за його діяльністю здійснюють:

- загальні збори акціонерів;
- наглядова рада;
- генеральний директор;
- ревізійна комісія.

Посадовими особами товариства є Генеральний директор, Голова Ревізійної комісії, Голова і члени Наглядової ради.

Вищим органом товариства є загальні збори акціонерів. У загальних зборах мають право брати участь усі акціонери, незалежно від кількості акцій, власниками яких вони є.

Наглядова рада є органом товариства, який захищає права акціонерів та здійснює контроль за діяльністю генерального директора товариства.

Виконавчим органом товариства, який здійснює керівництво його поточною діяльністю, є генеральний директор. До компетенції генерального директора належать усі питання діяльності товариства, крім тих, що згідно з чинним законодавством, статутом або рішенням загальних зборів акціонерів товариства належать до компетенції іншого органу товариства. Генеральний директор обирається загальними зборами акціонерів товариства строком на 5 років. Генеральний директор підвітний у своїй діяльності вищому органу та наглядовій раді і організує виконання їх рішень.

Перевірки фінансово-господарської діяльності генерального директора проводяться Ревізійною комісією за дорученням загальних зборів акціонерів.

Ревізійна комісія підвітна лише вищому органу товариства.

Господарський рік починається з 1 січня і закінчується 31 грудня. По закінченні кожного року складається річний звіт.

Оперативний, бухгалтерський і статистичний облік і звітність товариства здійснюються в порядку і обсязі, встановленому законодавством України.

Оподаткування результатів фінансово-господарської діяльності підприємства здійснюється відповідно до чинного законодавства України.

Організаційна структура ПрАТ «Новомосковський завод мінводи» складається з чотирьох основних підрозділів, в яких працює в цілому 208 чоловік:

- виробничий відділ, що виконує відбір мінеральної води, її механічне очищення і розлив у фірмову тару. При підприємстві діє спеціалізована лабораторія, що здійснює контроль якості і чистоти розливої мінеральної води. Це гарантує споживання високоякісної продукції, яка сприяє поліпшенню здоров'я споживача.
- планово-економічний відділ, суміщений з бухгалтерією, який займається економічними розрахунками і плануванням, а так же бухгалтерською діяльністю.

- відділ збуту і поставок, що відповідає за збут виробленої продукції, і здійснення її поставок замовникам.
- відділ маркетингу. Ціллю маркетингової стратегії підприємства є забезпечення цільового ринку споживачів якісною продукцією в належних обсягах. Для підприємства це означає підвищення об'ємів продажів при стимулюванні попиту серед населення.

На сьогоднішній день асортимент продукції ПрАТ «Новомосковський завод мінводи»: напої у ємностях від 0,5 до 2,0 л. Також мінеральна вода від 0,5 до 18,9 л

Асортимент випускаємої продукції розвивається по двох напрямках:

- виробництво мінеральної столової води під торговельними марками «Дніпропетровська», «Новотроїцька»;
- виробництво напоїв на основі мінеральної води під торговельною маркою «Хіт-парад».

Під торговельною маркою «Хіт-парад» зібраний так названий споживчий рейтинг: напої лимонадної групи "Лимонад", "Ситро", "Дюшес", напої "Кола", "Тархун", екзотичні "Джунгли" і "Парадиз". Найважливіший клас незамінних для організму людини елементів – вітаміни. Саме вони беруть участь в обміні речовин, мають високу біологічну активність, найбільш корисним з них, безсумнівно, є вітамін С.

Дослідження показали, що щоденний прийом 300-400 мг вітаміну С зміцнює імунну систему, сприяє профілактиці різних захворювань і продовжує життя на 6 років. От чому цей вітамін став базовим для виготовлення напоїв марки "Хіт-парад".

2.2 Аналіз основних показників діяльності підприємства

Аналіз діяльності підприємства проводиться на основі документів бухгалтерської звітності: форми №1, №2 за період з 2020 по 2023 рр. (додатки А, Б).

Загальні показники економічної діяльності підприємства за останні чотири роки (2020-2023 рр.) наведено у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Основні техніко-економічні показники ПрАТ «Новомосковський завод мінводи»

№	Показник	Од. виміру	Рік				Відхилення	
			2020	2021	2022	2023	Абс., +-	Відн.,%
1	Обсяг виробництва	тис. грн	40443	30585	21340	23609	2269	10,63
2	Реалізована продукція	тис. грн	39197	28805	21487	15093	-6394	-29,76
3	Кількість працівників	осіб	312	292	234	208	-26	-11,11
4	Витрати підприємства у тому числі:	тис. грн						
	матеріальні затрати		39137	28069	19433	17387	-2046	-10,53
	витрати на оплату праці		28781	19751	13330	12089	-1241	-9,31
	відрахування на соціальні заходи		3494	3083	2717	2181	-536	-19,73
	амортизація		1311	1135	1004	809	-195	-19,42
	інші операційні витрати		2277	2213	842	1403	561	66,63
	Собівартість реалізованої продукції	тис. грн	3274	1887	1540	905	-635	-41,23
5	Чистий прибуток (збиток)	тис. грн	25057	19432	12794	8963	-3831	-29,94
6	Основні фонди	тис. грн	2	-1136	19	-434	-453	-2384,21
7	Оборотні фонди	тис. грн	24236	23885	23141	24533	1392	6,02
8	Фондовіддача	грн/грн	14532	17312	23405	18101	-5304	-22,66
9	Фондомісткість	грн/грн	1,6	1,2	0,92	0,61	-0,31	-33,7
10		грн/грн	0,62	0,8	1,08	1,6	0,52	48,15

Виходячи з наведених у таблиці 2.1 показників, можна зробити наступні висновки про загальний стан економічної діяльності ПрАТ «Новомосковський завод мінводи»:

- обсяги виробництва та реалізації продукції на протязі 2020-2023 рр. знижується;

- на протязі періоду, що аналізується, підприємство працює нестабільно в 2021 та в 2023 роках має збитки, які викликані значним погіршенням економіки в 2020 році;
- загальна вартість основних виробничих фондів та оборотних коштів має значну тенденцію до збільшення.

Підприємство на протязі 2020-2023 рр. працює нестабільно. У зв'язку з падінням попиту на продукцію заводу обсяги реалізації продукції знижуються. Виникає накопичення готової продукції на складах підприємства, це приводить до повільного зростання обсягів виробництва. Необхідно більш детально проаналізувати фінансовий та виробничий стан підприємства.

2.3 Аналіз майнового стану

Загальну оцінку фінансового стану розпочинають з аналізу майна підприємства та джерел його придбання.

Майно – це ресурси, контрольовані підприємством в результаті минулих подій, використання яких, як очікується, призведе до надходження економічних вигод у майбутньому. Аналіз майна підприємства має важливе значення, так як від його величини та структури залежать обсяги діяльності, соціально-економічний розвиток господарюючого суб'єкту, рівень платоспроможності, ліквідності та фінансова сталість [16].

Стабільність фінансового стану підприємства залежить від правильності й доцільності вкладення фінансових ресурсів у активи, тому для оцінки необхідно передусім вивчити структуру майна та джерела його формування, причини зміни складових майна. Ціна майна підприємства визначається як грошова сума, за якою можливий перехід права власності на об'єкт.

Результати розрахунку системи взаємопов'язаних показників цього етапу аналізу, що базуються на даних бухгалтерської звітності (додатки А, Б) та характеризують виробничий потенціал підприємства представлено у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Динаміка показників майнового стану ПрАТ «Новомосковський завод мінводи» 2020–2023 рр.

Назва показника	Рік				Відхилення	
	2020	2021	2022	2023	Абс., +-	Відн., %
Сума господарчих коштів, що знаходяться на балансі підприємства, тис.грн	38 932	41 329	46 715	42 945	-3770	-8,07
Частка основних засобів в активах	0,62	0,58	0,5	0,57	0,07	14,00
Частка необоротних активів в активах	0,63	0,58	0,5	0,58	0,08	16,00
Частка основних засобів в необоротних активах	0,99	1	0,99	0,99	0	0
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,37	0,4	0,42	0,42	0	0

Сума наявних господарчих коштів у підприємства збільшується за рахунок збільшення виробничих запасів. При цьому варто відзначити, що основні засоби переважають над матеріальними активами і займають близько 62% активів у 2020 року, 58% у 2021, 50% у 2022 та 57% активів у 2023 році.

У співвідношенні активної та пасивної частин основних засобів істотно переважає будинки та споруди, що наглядно представлено в таблиці 2.2, тому для підприємства буде вигідніше здавати їх під оренду.

Як видно з таблиці 2.2 сума господарських коштів з 2020 по 2022 роки збільшувалась – це позитивна тенденція у діяльності підприємства, але в 2023 році зменшилась на 8%. Частка основних засобів в активах в 2023 році збільшилась на 14%, що позитивно характеризує підприємство.

Коефіцієнт зносу основних засобів показує рівень фізичного і морального зносу основних засобів. Збільшення коефіцієнту зносу є ознакою погіршення стану матеріально-технічної бази підприємства. Коефіцієнт зносу залишився незмінним, що позитивно для підприємства. Проте цей коефіцієнт не відображає фактичного зносу основних засобів. Якщо обладнання законсервоване, а

амортизація нараховується на повне відновлення, то фізично ці засоби не зношуються, а загальна оцінка зносу цих основних засобів змінюється.

Аналіз структури основних засобів підприємства представлено у таблиці 2.3 та на рисунку 2.1.

Таблиця 2.3 – Структура основних засобів підприємства

Група основних засобів	2020 рік		2021 рік		2022 рік		2023 рік	
	Вартість на кінець року, тис. грн	Частка, %	Вартість на кінець року, тис. грн	Частка, %	Вартість на кінець року, тис. грн	Частка, %	Вартість на кінець року, тис. грн	Частка, %
Будинки та споруди	18569	48,63	18876	47,53	18932	47,64	19437	45,62
Машини та обладнання	16175	42,36	17372	43,74	17345	43,64	19709	46,26
Транспортні засоби	2504	6,56	2503	6,30	2501	6,29	2488	5,84
Інструменти та інвентар	600	1,57	641	1,61	642	1,62	646	1,52
Інші основні засоби	339	0,89	326	0,82	323	0,81	323	0,76
Всього	38187	100	39718	100	39743	100	42603	100

За даними таблиці 2.3 та рисунку 2.1 можна відмітити, що усієї групи основних засобів найбільшу частину займають будинки та споруди 47,3%, машини та обладнання – 44%, транспортні засоби – 6,2%.

Збільшення капітальних вкладень і вкладень в обладнання – це тільки на користь підприємству, оскільки в умовах інфляції вкладення коштів у нерухомість є найбільш вигідними та надійними фінансовими операціями.

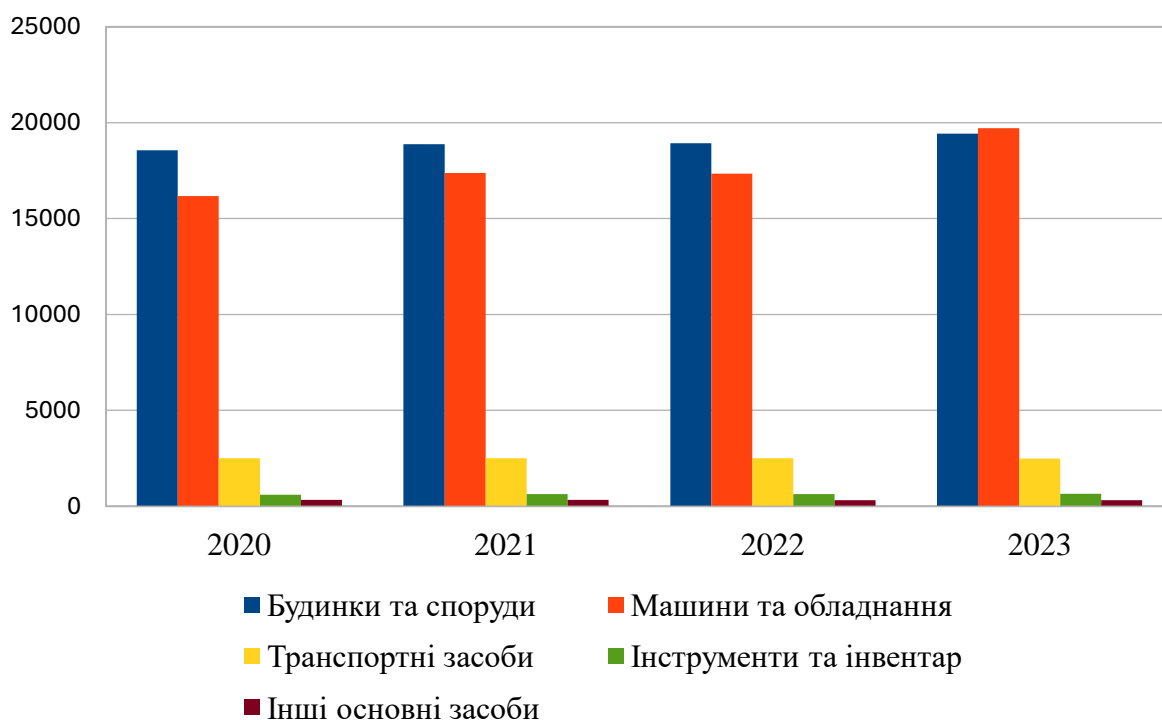


Рисунок 2.1 – Структура основних засобів

2.4 Аналіз фінансового стану

Інформація щодо ліквідності та платоспроможності є корисною для прогнозування спроможності підприємства вчасно виконувати свої фінансові зобов'язання.

Ліквідність – це здатність підприємства перетворити свої активи у грошові кошти для покриття боргових зобов'язань.

Платоспроможність – можливість підприємства своєчасно задовольняти поточні зобов'язання, які виникають у результаті здійснення ним фінансово-господарської діяльності [13].

Найліквіднішою є готівка (або сальдо балансового рахунку). Наступним за ступенем ліквідності активом є короткострокові інвестиції. Найменш ліквідним поточним активом є запаси, тому що для перетворення їх у гроші спочатку необхідно продати. Ліквідність підприємства визначається за допомогою фінансових коефіцієнтів, що характеризують ліквідність підприємства. Розрахунок цих коефіцієнтів відображено у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 – Динаміка показників ліквідності

Назва показника	Рік				Відхилення	
	2020	2021	2022	2023	Абс., +-	Відн., %
Власні оборотні кошти, тис. грн.	-3040	1757	3363	45	-3318	-98,66
Частка оборотних коштів в активах, %	37	42	50	42	-8	-16,00
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,004	0,006	0,001	0,001	0	0,00
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,14	0,08	0,07	0,03	-0,04	-57,14
Коефіцієнт поточної ліквідності	0,83	1,11	1,17	1	-0,17	-14,53
Частка власних оборотних коштів в покрытті запасів, %	-25,4	10,6	15,11	0,07	-15,04	-99,54
Коефіцієнт покриття запасів	1,15	1,03	1,04	1	-0,04	-3,85
Маневреність власних оборотних коштів	-0,02	0,05	0	1,31	-	-

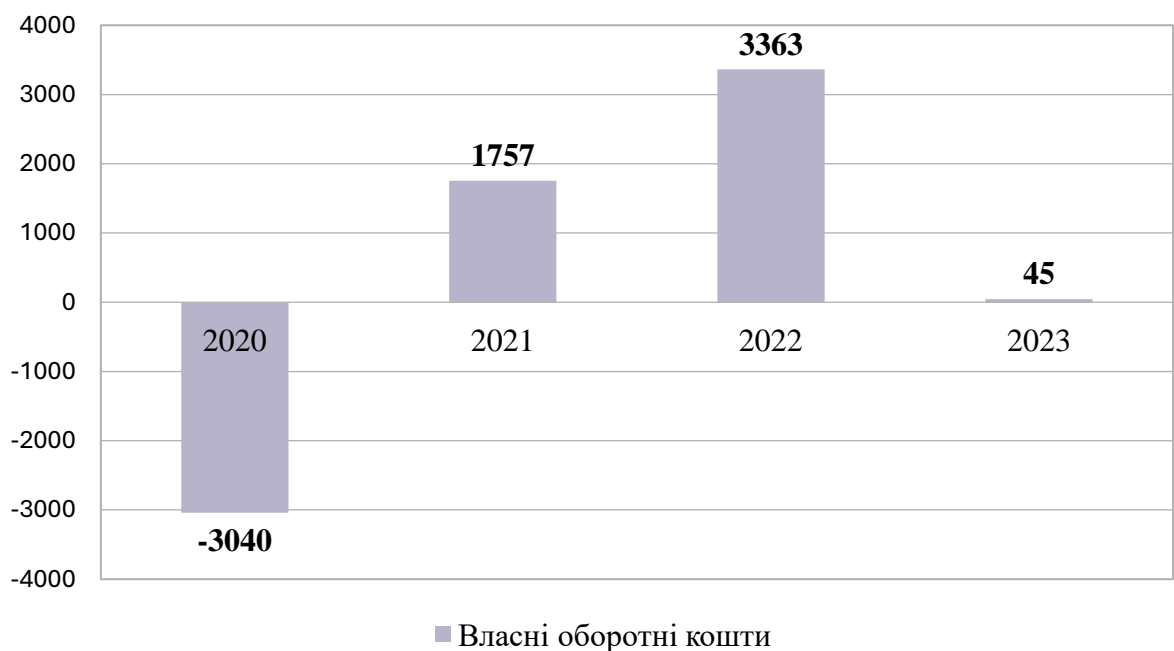


Рисунок 2.2 – Структура власних оборотних коштів, тис. грн

Власні оборотні кошти у період з 2021 по 2022 рр. мають тенденцію до збільшення, а в 2023 році різко зменшуються (рисунок 2.2). Зниження власних оборотних коштів говорить про зростання потреби в коштах.

Частка оборотних коштів в активах показує, що у середньому за період, що аналізується питома вага поточних активів в майні підприємства склала 42,8%. Коефіцієнт поточної ліквідності показує загальну оцінку ліквідності підприємства. Значення цього коефіцієнта повинно бути більше 1. У 2023 році значення коефіцієнта поточної ліквідності дорівнює 1, а це говорить, про можливу загрозу фінансової стабільності підприємства.

Коефіцієнти абсолютної та швидкої ліквідності протягом досліджуваного періоду не задовольняють рекомендовані межі, але за цими показниками не можна одразу робити негативні висновки щодо можливості підприємства негайно погасити свої борги бо мало ймовірно, щоб усі кредитори підприємства водночас пред'являли йому свої боргові вимоги.

Коефіцієнт покриття дорівнює 1, що задовольняє рекомендовані межі. Маневреність власних оборотних коштів збільшується, а це – позитивна тенденція для підприємства.

Для виявлення причин дефіциту робочого капіталу детальніше розглянемо динаміку складових власних оборотних коштів, яку наведено в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5 – Динаміка складових робочого капіталу, тис. грн

Назва показника	Рік				Відхилення	
	2020	2021	2022	2023	Абс.,+-	Відн., %
Запаси	12090	16118	22078	17491	-4587	-20,78
Дебіторська заборгованість,	1890	1037	1304	584	-720	-55,21
Інші поточні активи	438	17	7	9	2	28,57
Короткострокові кредити банків	552	1970	3876	3865	-11	-0,28
Кредиторська заборгованість	11410	12662	15637	12973	-2664	-17,04
Інші поточні зобов'язання	68	218	51	227	176	345,10

Як видно з таблиці 2.5 найбільш ліквідні активи, а це грошові кошти, дебіторська заборгованість, зменшуються. Запаси підприємства до 2022 року збільшувались, а в 2023 році зменшились, а пасиви підприємства такі, як короткострокові кредити, кредиторська заборгованість зростають.

Фінансова стійкість – це стійкість фінансового становища підприємства у довгостроковій перспективі, що забезпечується високою часткою власного капіталу у загальній сумі фінансових ресурсів, які використовує підприємство та спроможністю маневрувати власними коштами для забезпечення безперерійного процесу діяльності й постійної платоспроможності.

Коефіцієнт концентрації власного капіталу характеризує частку власників підприємства в загальній сумі коштів, авансованих у його діяльність. Чим вищим є значення цього показника, то більше підприємство є фінансово стійким, стабільним і незалежним від зовнішніх кредиторів. Доповненням до цього показника є коефіцієнти концентрації залученого (позикового) капіталу – їх сума має дорівнювати 1 (або 100 %).

Розрахунок показників фінансової стійкості ПрАТ «Новомосковський завод мінводи» представлено у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6 – Динаміка показників фінансової стійкості

Назва показника	Рік				Відхилення	
	2020	2021	2022	2023	Абс., +-	Відн., %
Коефіцієнт концентрації власного капіталу	0,06	0,02	0,02	0,02	0	0
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	0,94	0,98	0,98	0,98	0	0
Коефіцієнт фінансової залежності	18,08	40,64	45,09	42,27	-2,82	-6,25
Коефіцієнт стійкості фінансування	0,55	0,62	0,57	0,58	0,01	1,75
Коефіцієнт структури довгострокових вкладень	0,79	1,03	1,1	0,96	-0,14	-12,73

Кінець таблиці 2.6						
Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	0,9	0,96	0,96	0,96	0	0
Коефіцієнт структури позикового капіталу	0,48	0,39	0,44	0,43	-0,01	-2,27
Коефіцієнт довгострокових зобов'язань	0,52	0,61	0,56	0,57	0,01	1,79

Аналізуючи таблицю 2.6, треба відмітити, що у ПрАТ «Новомосковський завод мінводи» коефіцієнт концентрації власного капіталу та коефіцієнт позикового капіталу за період аналізу не змінився. У підприємства високий коефіцієнт позикового капіталу (0,98). А це говорить про те, що підприємство залежне від кредиторів і не може виконувати зовнішні зобов'язання за рахунок власних активів.

Щодо рівня залучення позичених коштів існують різні думки. Найбільш поширено таку: частка власного капіталу має бути не меншою за 0,6 (60 %). У підприємство з високою часткою власного капіталу кредитори вкладають охочіше кошти, оскільки воно з більшою ймовірністю може погасити борги за рахунок власних коштів. Проте високе значення коефіцієнта концентрації залученого капіталу свідчить про велику міру довіри з боку банків, а значить, і про фінансову надійність. Низьке значення цього коефіцієнта свідчитиме про неспроможність отримати кредити в банку, що є певною пересторогою для інвесторів і кредиторів[11]. Аналіз фінансової стійкості показав, що підприємство у 2020-2023 роках не мало можливість виконувати зовнішні зобов'язання за рахунок власних активів, тобто можна говорити, що підприємство залежне від позикового капіталу.

2.5 Аналіз рентабельності

Рентабельність показує рівень прибутковості від реалізації товарів і є одним із загальних показників діяльності підприємства. Показники

рентабельності більш повно, ніж прибуток, характеризують кінцеві результати господарювання, адже її величина показує співвідношення ефекту з наявними або використаними ресурсами[18]. Аналіз рентабельності полягає в дослідженні рівнів і динаміки фінансових коефіцієнтів рентабельності. Вони характеризують доходність підприємства з різних позицій. Показники рентабельності є важливими для характеристики складових формування прибутку та доходів підприємства.

Оцінка рентабельності діяльності ПрАТ «Новомосковський завод мінводи» проводиться за допомогою багатьох показників, результати розрахунку яких представлено у таблиці 2.7.

Таблиця 2.7 – Динаміка показників рентабельності

Показник	Рік			
	2020	2021	2022	2023
Валовий прибуток, тис. грн.	14140	9373	12487	8693
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	39197	28805	21487	15093
Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	2	-1136	19	-434
Коефіцієнт рентабельності діяльності	0,01	-3,94	0,08	-2,87
Коефіцієнт рентабельності продукції	0,02	0,03	0,14	-0,3
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,001	-0,72	0,02	-0,42
Коефіцієнт рентабельності активів	0,00	-0,03	0,00	-0,01

У результаті розрахунку показників, необхідно відмітити, що підприємство в 2021 та в 2023 роках працювало збитково. Рентабельність продукції до 2022 року збільшувалась, а в 2023 має від'ємне значення. Коефіцієнти рентабельності дуже низькі. Також необхідно проаналізувати динаміку реалізації продукції ПрАТ «Новомосковський завод мінводи» і визначити причини зниження доходу від реалізації.

Динаміка обсягів продажу продукції ПрАТ «Новомосковський завод мінводи» представлена в таблиці 2.8 та на рисунку 2.3.

Таблиця 2.8 – Динаміка обсягів продажу продукції

Місяць	Об'єм продажу, тис.бут			
	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Січень	1405	948	497	318
Лютий	1472	956	482	246
Березень	1987	1124	752	620
Квітень	2792	1939	966	887
Травень	2821	1808	1125	879
Червень	2908	3099	1699	618
Липень	3173	2162	1632	988
Серпень	3591	965	1963	1096
Вересень	2092	1035	675	759
Жовтень	2386	649	495	567
Листопад	2320	561	672	655
Грудень	1437	661	423	496
Разом:	28382	15907	11381	8130

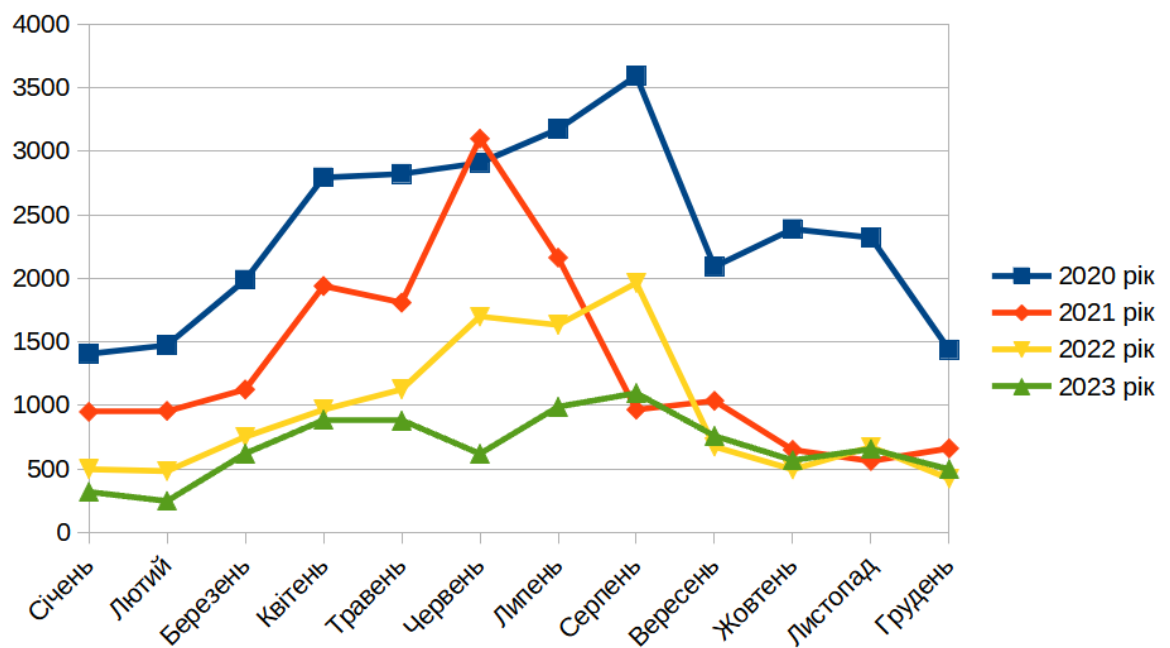


Рисунок 2.3 – Динаміка об'ємів продажу продукції

За даними таблиці 2.8 та рисунку 2.2 можна відмітити, що починаючи з 2021 року динаміка об'ємів продажу має тенденцію до зниження.

Розглянемо основні причини зниження об'ємів продажу.

Загальними для всіх каналів продажу є:

- зниження купівельної спроможності споживача і платоспроможності оптових і роздрібних клієнтів внаслідок фінансової кризи;
- зниження об'ємів продажу внаслідок відсутності на складах повного асортименту продукції;
- невідповідність якості продукції міжнародним стандартам якості.

Мінеральна вода не є товаром першої необхідності для українського споживача, тому навіть незначне підвищення ціни може призвести до істотного зниження споживання. Зниження платоспроможності населення (чи побоювання громадян стати неплатоспроможними) поступово приводить до часткової відмови від продуктів не першої необхідності. Мінеральні води та напої не входять ні до продуктів першої необхідності, ні до продуктів, що асоціюється з ласощами, а тому попали в категорію тих продуктів, від яких споживачі з рівнем життя, що різко зменшився, відмовляються в першу чергу.

Торгівельні мережі намагаються вирішити свої фінансові проблеми активним використанням позикових грошей, за рахунок товарного кредиту постачальників. В умовах, що склалися, компанія-виробник, що поставляє роздрібним мережам вузьку асортиментну групу товару, не має важелів впливу на клієнта, що невчасно оплачує продукцію, за винятком стягнення боргу в судовому порядку.

Зниження продажу в 2023 році пов'язано в першу чергу з втратою декількох крупних оптових клієнтів з різних регіонів України. Втрата оптових клієнтів пов'язана з впливом факторів зовнішнього середовища на підприємство: пандемія, введення воєнного стану в Україні, погіршенням фінансового стану компаній-дистриб'юторів. Клієнти, що залишилися, як правило придбавають продукцію в менших об'ємах, чим у відповідний період 2022 року.

Динаміку показників ділової активності ПрАТ «Новомосковський завод мінводи» за період 2020-2023 рр. представлено у таблиці 2.9.

Таблиця 2.9 – Динаміка показників ділової активності

Назва показника	Рік				Відхилення	
	2020	2021	2022	2023	Абс., +-	Відн., %
Чиста виручка від реалізації продукції, тис. грн	39 197	28 805	21 487	15 093	-6394	-29,76
Продуктивність праці, тис грн/ осіб	125,63	98,65	91,82	72,56	-19,26	-20,98
Фондовіддача активів	1,14	0,72	0,49	0,34	-0,15	-30,61
Коефіцієнт оборотності власного капіталу, об.	30,95	18,17	20,93	14,71	-6,22	-29,72
Коефіцієнт оборотності оборотних активів, об.	3,77	1,81	1,06	0,73	-0,33	-31,13
Коефіцієнт оборотності оборотних активів в днях	95	199	341	495	154	45,16
Фондовіддача основних засобів, об.	1,25	1,2	0,91	0,63	-0,28	-30,77
Коефіцієнт оборотності запасів в днях	56	101	185	209	24	12,97
Оборотність дебіторської заборгованості, об.	40,56	19,1	18	15,99	-2,01	-11,17
Оборотність дебіторської заборгованості в днях	9	19	20	23	3	15,00
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості в днях	291	252	196	177	-19	-9,69
Коефіцієнт оборотності виробничих запасів	6,48	3,57	1,95	1,73	-0,22	-11,28

Аналізуючи таблицю 2.9 бачимо, що фондовіддача активів підприємства починаючи з 2020 року знижується і підприємству необхідно вжити заходів

щодо нарощування обсягів обороту від реалізації продукції. Підприємство неефективно використовує основні фонди. У результаті розрахунку показників, треба констатувати, що ділова активність підприємства погіршилась.

Слід зазначити, що на реалізацію мінеральної води та газованих напоїв також впливає сезонний фактор: так починаючи з травня до вересня продаж збільшується, а з жовтня – зменшується.

Ефективна діяльність підприємства – це його здатність збільшити ліквідність, насамперед, за рахунок найбільш мобільних активів, здатність ефективно використовувати свої ресурси [7].

Ділова активність підприємства у фінансовому аспекті виявляється насамперед у швидкості обороту його засобів. Аналіз ділової активності полягає в дослідженні динаміки різноманітних фінансових коефіцієнтів. Показники ділової активності характеризують результати й ефективність основної виробничої діяльності.

Коефіцієнти ділової активності дозволяють проаналізувати, наскільки ефективно підприємство використовує свої кошти. Нормативні значення коефіцієнтів ділової активності повинні збільшуватись. Фондовіддача активів характеризує величину обороту з реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) на 1 гривню активів. Чим більша фондовіддача, тим менша фондомісткість і більш ефективно використовується капітал, вкладений в активи підприємства.

2.6 Стратегічний баланс (SWOT-аналіз)

Абревіатура SWOT походить від перших літер англійських слів Strengths (сили), Weaknesses (слабкості), Opportunities (можливості), Threats (загрози).

SWOT-аналіз – це аналіз сильних і слабких сторін підприємства, можливостей і загроз, що витікають із зовнішнього середовища, а також встановлення зв'язків між ними з метою визначення основи для вироблення

стратегії організації [16]. Він є начальним етапом стратегічного планування для більшості підприємств.

SWOT-аналіз підприємства ПрАТ «Новомосковський завод мінводи» представлено в таблиці 2.10.

Таблиця 2.10 – SWOT-аналіз підприємства

<u>Сильні сторони</u>	<u>Слабкі сторони</u>
<p>Висока якість продукції, що сприяє зміцненню здоров'я людини;</p> <p>Давній досвід роботи на ринку даної галузі в різноманітних умовах;</p> <p>Власна сировинна база для виробництва основної продукції підприємства;</p> <p>Подача води від джерела до заводу здійснюється по трубопроводу, що відповідає вимогам ДСТУ 878-93;</p> <p>Можливість надання послуг з доставки продукції для посередників підприємства;</p> <p>Розташування підприємства недалеко від найбільшого транспортного вузла - міста Дніпро.</p>	<p>Відсутність вільних оборотних фінансових засобів у підприємства в даний момент;</p> <p>Низька платоспроможність українського споживача;</p> <p>Сильний податковий тиск на підприємство через існуюче законодавство України;</p> <p>Невисокий технологічний рівень виробничої бази підприємства;</p> <p>Відсутність міжнародного сертифіката якості ISO серії 9001;</p> <p>Залежність об'ємів продукції, що продається, від пори року, а так же природних і кліматичних змін.</p>
<u>Можливості</u>	<u>Загрози</u>
<p>Можливість розширення ринків збуту без організації власних торгових точок;</p> <p>Зниження витрат на виробництво, що дає можливість знижувати і робити більш конкурентоспроможною ціну реалізації, а також збільшити прибутковість виробництва.</p>	<p>Загроза виснаження резервних фінансових можливостей підприємства;</p> <p>Підвищення цін на матеріали може скоротити прибутковість і викликати необхідність підвищення цін на продукцію;</p> <p>Пониження цін конкурентами може залучити значну частину клієнтів підприємства;</p> <p>Недовір'я рекламі в засобах масової інформації понизить ефективність витрат на рекламу.</p>

Отже аналізуючи (табл.2.10) сильні та слабкі сторони, можливості та загрози можна скласти місію і ціль підприємства.

1. Місія організації. Керівництво підприємства визнає важливість формулювання місії організації для загального розвитку його діяльності, для вдосконалення рекламної стратегії, для кращої мотивації працівників заводу.

Виходячи з цього місія ПрАТ «Новомосковський завод мінводи», виражена нижче в наступних пунктах:

- підприємство прагне забезпечити українського споживача мінеральною газованою водою найкращої якості, яка б сприяла поліпшенню здоров'я як конкретного споживача, так і поліпшувала здоров'я всієї української нації в цілому;
- продукція підприємства – результат глобальних природних процесів, що відбуваються на планеті Земля з моменту її виникнення в Сонячній системі;
- місія підприємства відносно продукції полягає в тому, щоб надати до споживання продукцію в первозданному вигляді, що має найбільш цілющу дію.

Ринок мінеральних вод і безалкогольних напоїв є одним з найрозвиненіших ринків харчової промисловості України. Це спонукає організацію постійно підвищувати якість продукції і послуг, що надаються.

Основна цінність для організації – життя і здоров'я людини. Саме це спонукало підприємство просувати мінеральну газовану воду, яка цілюще діє на організм людини і, зокрема на шлунково-кишковий тракт, допомагає при лікуванні інших захворювань, сприяє кращому засвоєнню медичних препаратів.

2. Цілі організації. Після того, як визначена місія організації необхідно сформулювати її основні цілі, досягнення яких з'явилось б реалізацією місії.

Основними цілями підприємства ПрАТ «Новомосковський завод мінводи» є наступні:

- отримання міжнародного сертифікату ISO 9001;
- максимізація частки ринку за рахунок нової рекламної стратегії, а також виходу продукції підприємства на ринки Західної України;
- мінімізація витрат на виробництво;
- перетворення продукції підприємства в продукцію масового споживання за рахунок ефективної цінової політики;

- підвищення репутації організації серед споживачів і вдосконалення іміджу для підвищення привабливості товарів;
- встановлення цін з урахуванням умов конкуренції і потреб підприємства;
- забезпечення екологічної чистоти вироблюваної продукції, не дивлячись на те, що екологічна обстановка певною мірою впливає на її якість.

Забезпечення подальшого контролю за екологічною чистотою виробництва продукції. І основною стратегічною ціллю підприємства є вихід на зовнішній ринок.

2.7 Позиція підприємства на ринку України та позиції конкурентів

Для оцінки конкурентоспроможності продукції ПрАТ «Новомосковський завод мінводи» з точки зору споживачів та виявлення її конкурентоспроможності, скористалися маркетинговим дослідженням проведеним MSG «Market Service Group» у вересні 2021 року.

Незважаючи на важливість для споживачів лікувальних властивостей мінеральної води, мода на здоровий спосіб життя і екологія, що погіршується, а також смакові характеристики столової мінеральної води, сприяють більш активному розвитку ринку столової мінеральної води, ніж лікувальної. Активному споживанню мінеральної води сприяють багато факторів.

Насамперед, у результаті збільшення забруднення навколишнього середовища в споживачів виникає недовіра до якості водопровідної води, що є самим потужним стимулом для росту обсягів споживання мінеральної води. З іншого боку, ріст рівня життя і культури споживання мінеральної води, впливають на більш упереджену увагу споживачів до мінеральної води. За результатами дослідження були виявлені основні характеристики, якими в уявленні споживачів повинна володіти ідеальна мінеральна вода:

1. вгамовувати спрагу і викликати відчуття свіжості;
2. мати приємний смак;
3. бути корисна для організму;

4. бути екологічно чистим продуктом;
5. бути природним продуктом, добутим із джерела.

Сучасні умови господарювання змушують кожне підприємство запровадити дійовий комплексний механізм управління якістю продукції та суворо дотримуватись його вимог. Визначальними елементами цього специфічного менеджменту, що справляють найбільш істотний вплив на процес постійного забезпечення виробництва й постачання на ринок конкурентоспроможної продукції є сертифікат міжнародної системи якості ISO 9001. Контроль якості шлях до виходу з кризи. Багатоаспектний вплив підвищення якості та, як наслідок, конкурентоспроможності продукції не тільки на виробництво та ефективність господарювання, а й на імідж і конкурентоспроможність підприємства в цілому.

У стратегії підприємства ПрАТ «Новомосковський завод мінводи», що направлена на активне завоювання нових позицій на внутрішньому ринку значне місце займає якість продукції. Тому для підвищення конкурентоспроможності продукції необхідно розпочати роботу по освоєнню міжнародних стандартів якості серії ISO 9001.

Для отримання сертифікату якості необхідно удосконалити процес виготовлення пляшки, яка повинна відповідати всім стандартам якості. Для цього необхідно введення у виробничий процес підприємства нового обладнання для покращення якості і дизайну пляшки.

З метою визначення ступеня відповідності імен ТМ мінеральних вод ідеальним властивостям мінеральної води було, проведено дослідження проведеним MSG «Market Service Group». Результати наведені у таблиці 2.11.

Можна констатувати той факт, що торговельна марка «Дніпропетровська» сьогодні втрачає ринкові позиції.

Проаналізував маркетингові дослідження, можна побачити основних конкурентів ПрАТ «Новомосковського заводу мінводи», які отримали схожі оцінки якості та знаходяться в однаковому ціновому сегменті. Це мінеральна вода

під торговими марками «Царичанська», «Bon Boisson», «Два океани», «Знаменівська».

Таблиця 2.11 – Результати дослідження [19].

Торгова марка	Переваги	Недоліки	Оцінка якості
Царичанська	Вода має м'який, приємний смак, у міру солонна, відчувається приємний присмак соди.	Небагато гірчить, має лужний смак.	3,3
Аляска	Вода має м'який, природний смак.	Має лужний смак, тверда, колюча.	3,7
Bon Boisson	Має гарні смакові якості, м'яка, має гармонічне сполучення смаку й газованності, практично не відчувається сіль.	Кислувата, небагато гірчить	3,4
Дніпропетровська	Вода має м'який смак, викликає відчуття свіжості.	Тверда, кисло-солонна, важка, має різкий смак.	3,3
Знаменівська	Вода має незвичайний ніжний смак, створює відчуття природности.	Кисла, має неприємний присмак, небагато різка, гірчить.	3,5
Два океани	Вода має м'який, приємний смак..	Має запах йоду, багато кислоти, різка, відчувається присмак хлору.	2,7
Оболонь	Вода насичена, має легкий, приємний смак.	Різка, відчувається наявність кислоти.	3,9
Новотроїцька	М'яка.	Багато кислоти, відчувається присмак ліків, гірчить.	2,3

Отже, мінеральна вода під торговою маркою «Дніпропетровська» займає низькі позиції. У підприємства багато конкурентів, які поступово насичують ринок своєю продукцією.

3 ОБҐРУНТУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Одним з найефективніших способів удосконалення виробництва є введення інновацій у виробничий процес підприємства. Ефективне використання інноваційних можливостей підприємствами призводить до отримання прибутку, стійкого положення на ринку, зростанню ефективності використання наявних ресурсів і, відповідно, до процвітання фірми.

Необхідно розробити наступні управлінські рішення:

- підготувати інноваційне рішення для досягнення поставлених стратегічних цілей;
- скласти необхідну суму інвестицій для фінансування впровадження інноваційного рішення;
- здійснити пошук зовнішніх джерел інвестування інноваційних рішень.

Запропоновано комплекс заходів.

1. Придбання нового обладнання для покращення якості і дизайну пляшки. Суть впровадження інноваційного рішення представлено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Суть впровадження інноваційного рішення

Інноваційне рішення	Підвищення якості продукції
Суть та мета рішення	Введення в експлуатацію нового обладнання для покращення якості і дизайну пляшки, підвищення якісних характеристик продукції та отримання міжнародного сертифікату якості, що надає можливість завоювання нових позицій на внутрішньому, а в подальшому на зовнішньому ринку
Характеристика інноваційного впровадження	Забезпечення надійної роботи лінії, підвищення якості продукції
Фінансовий показник	Термін окупності проекту – 4 роки
Потреба підприємства в інвестиціях, грн.	600 000

Оцінка ефективності реальних інвестицій – відповідальний етап у процесі прийняття рішень. Від того, наскільки неупереджено та різносторонньо проведено цю оцінку, залежать строки повернення вкладеного капіталу, варіанти альтернативного його використання.

Підприємство приблизно розраховувало потрібні інвестиції для придбання нового обладнання. Оскільки в Україні не має аналогічного вітчизняного обладнання у підприємства постав вибір між італійським та німецьким обладнанням.

Економічний ефект та ефективність від імпорту для внутрішнього використання імпортованої продукції представлено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Визначення ефективності імпортних операцій ПрАТ «Новомосковський завод мінводи»

Показник	Німецьке обладнання	Італійське обладнання
Ціна обладнання (контрактна), дол США	59 700	63 000
Витрати, пов'язані з доставкою обладнання грн.	3 250	3 560
Термін дії обладнання, рік	6	6
Річні витрати, пов'язані з експлуатацією обладнання, грн.	41 000	42 000
Курс валюти, грн./дол.	39,02	39,02
Ціна придбання обладнання, грн.	2 182 632	2 303 280
Експлуатаційні витрати за весь строк дії, грн.	246 000	252 000
Ціна користування, грн.	2 207 232	2 328 480
Ефект від імпорту, грн.	32 842	
Ефективність імпорту, грн./грн.	1,05	

Як видно з таблиці 3.2, ефект від імпорту складає 32 842 грн., а показник ефективності 1,05 більше 1. В цьому випадку імпорт обладнання з Італії не ефективний. Німецьке обладнання, яке відповідає тим самим критеріям якості, виходить дешевшим.

Для здійснення імпортової операції ПрАТ «Новомосковський завод мінводи» підписує зовнішньоторговельний контракт для закупівлі обладнання.

При оцінці інноваційних рішень з урахуванням тимчасового чинника використовується показник терміну(періоду)окупності [10]. Показник терміну(періоду) окупності є ефективнішим показником у аналізі ефективності прийняття інноваційного рішення. Період окупності – визначає період часу, який потрібен для повернення вкладеної грошової суми. Визначений період часу порівнюється з тим терміном, який керівництво підприємства вважає економічно виправданим.

Якщо обчислений термін окупності інвестиційного проекту виявляється меншим порівняно з економічно виправданим терміном його окупності, то проект доцільно вважається прийнятим. Розрахувати цей показник можна як співвідношення величини інвестицій до щорічного чистого доходу, а також співвідношення величини інвестицій до витрат підприємства впровадження нового обладнання.

Період окупності впровадження нового обладнання складає: величина інвестицій до витрат підприємства впровадження нового обладнання і дорівнює 3,95 (округлюємо 4 роки). Можна зробити висновок що, даний інвестиційний проект є економічно виправданим.

2 Отримання міжнародного сертифікату ISO 9001

За допомогою впровадження інноваційного проекту підприємство ПрАТ «Новомосковський завод мінводи» досягне поставлених цілей. Основної з яких є отримання міжнародного сертифікату ISO 9001, який дозволяє виходу продукції підприємства за межі України.

Стандарти ISO установили єдиний, визнаний у світі підхід до договірних умов по оцінці систем якості й одночасно врегулювали відносини між

виробниками і споживачами продукції. Іншими словами, стандарти ISO – тверда орієнтація на споживача. Сертифікація ISO 9001 гарантує клієнтам, що ця компанія має досить налагоджену систему, щоб забезпечити відповідність будь-якого виробу чи послуги, що вона пропонує, усім міжнародним стандартам якості. Система управління якістю охоплює всі стадії життєвого циклу товарів. Процес створення, розподілу, реалізації та використання продукції.

Після сертифікації по системі якості ISO підприємство гарантує що система перевірки якості продукції відповідає найвищим стандартам. І у ПрАТ «Новомосковський завод мінводи» з'являється можливість виходу на зовнішній ринок і здійснювати експортні операції.

У багатьох країнах дуже гостро постало питання із забезпеченням населення питною водою гарної якості, вона вже давно служить предметом торгівлі. У Європі такі розвинені країни, як Німеччина, Нідерланди, Данія, Польща експортують чисту питну воду з інших країн. Тому вихід на зовнішній ринок є доцільним та ефективним для підприємства.

Інноваційні рішення на підприємстві дозволять удосконалити процес виробництва, збільшити доходи, покращити якість. Ці поліпшення призводять не тільки до змін у продуктах, а навіть у системі менеджменту підприємства. Тому для підприємства інновації стають ключовим чинником ефективного функціонування.

ВИСНОВКИ

Сьогодні інновації стають ключовим чинником розвитку для більшості підприємств. В умовах сучасних революційних перетворень у технічному базисі виробництва ступінь його технічної досконалості та рівень економічного потенціалу в цілому визначаються прогресивністю використовуваних технологій – способів одержання і перетворювання матеріалів, енергії, інформації, виготовлення продукції. Інновації – це ключ до ефективного функціонування підприємства. Термін «інновація» інтерпретується як перетворення потенційного науково-технічного прогресу в реальний, який втілюється в нових продуктах і технологіях.

Ефективне використання інноваційних можливостей підприємствами призводить до отримання прибутку, стійкого положенню на ринку, зростання ефективності наявних ресурсів і, відповідно, до процвітання фірми.

На сьогоднішній день асортимент продукції ПрАТ «Новомосковський завод мінводи»: мінеральна вода у ємностях від 0,5 до 18,9 л. та напої – від 0,5 до 2,0 л.

Асортимент випускаємої продукції розвивається по двох напрямках:

- виробництво мінеральної столової води під торговельними марками "Дніпропетровська", "Новотроїцька";
- виробництво напоїв на основі мінеральної води під торговельною маркою «Хіт-парад».

Автоматизований процес виробництва, у якому участь людини зведена до мінімуму, дозволяє випускати продукцію, що відповідає найвищим стандартам.

Проаналізувавши внутрішню ситуацію на підприємстві за 2020-2023 рр. можна зробити наступні висновки про загальний стан економічної діяльності ПрАТ «Новомосковський завод мінводи»:

- обсяги виробництва продукції у періоді що досліджується має тенденцію до зниження у середньому на 25% щороку;

- на протязі періоду, що аналізується, підприємство працює нестабільно в 2021 та в 2023 роках має збитки, які викликані значним погіршенням економіки в 2020 році;

- загальна вартість основних виробничих фондів та оборотних коштів має значну тенденцію до збільшення.

У зв'язку з падінням попиту на продукцію заводу, виникає накопичення готової продукції на складах підприємства, це приводить до повільного зростання обсягів виробництва.

Для оцінки конкурентоспроможності продукції ПрАТ «Новомосковський завод мінводи» з точки зору споживачів та виявлення її конкурентоспроможності, ми скористалися маркетинговим дослідженням проведеним MSG «Market Service Group» у вересні 2021 року. Проаналізувавши маркетингові дослідження, можна констатувати той факт, що торговельна марка "Дніпропетровська" сьогодні втрачає ринкові позиції.

Проаналізувавши загальний стан підприємства та оцінку конкурентоспроможності продукції ПрАТ «Новомосковський завод мінводи» необхідно вжити комплекс заходів:

- збільшити об'єм виробництва продукції;
- розширити ринок збуту;
- зберегти основні конкурентні переваги продукції перед основними існуючими та потенційними конкурентами.

Для досягнення поставленої перед підприємством стратегічної мети необхідно удосконалити виробництво.

Одним з найефективніших способів удосконалення виробництва є, як обґрунтовано в даній роботі, введення інновацій у виробничий процес підприємства. Ефективне використання інноваційних можливостей підприємствами призводить до отримання прибутку, стійкого положення на ринку, зростанню ефективності використання наявних ресурсів і, відповідно, до процвітання фірми.

Інноваційні рішення на підприємстві дозволять удосконалити процес виробництва, збільшити доходи, покращити якість. Ці поліпшення призводять не тільки до змін у продуктах, а навіть у системі менеджменту підприємства. Тому для підприємства інновації стають ключовим чинником ефективного функціонування.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ

1. Антонюк Л.Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації / Л.Л. Антонюк, А.М. Поручник, В.С. Савчук Київський національний економічний ун-т. – К.: КНЕУ, 2003. – 394 с.
2. Бланк І.А. Інвестиційний менеджмент: учбовий курс / І.А. Бланк – К.: ЕЛЬГА-Н, Ніка-центр, 2002. – 448с.
3. Бойко В.В. Економіка підприємств України: навчальний посібник. – 4-е вид., переробл. і доп. / В.В. Бойко – Дніпро: Національна гірнича академія України, 2009 – 535 с.
4. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів / М. Портер – Київ, 2020. – 424 с.
5. Безгін К.С., Клименко Ю.М. Управління інноваціями: навчальний посібник / К.С. Безгін, Ю.М. Клименко – Вінниця, 2017. – 207 с.
6. Бондар Н.М. Економіка підприємства: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Н.М. Бондар – К.: Каравела, 2006. – 568с
7. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: навч.посібник / В.О. Василенко - [2-ге вид.]. – К.: Центр учбової літератури, 2005. – 504с.
8. Волков О.І. Інноваційний розвиток промисловості України: навчальний посібник для ВНЗ./ О.І. Волков К.: КНТ,2006. – 648 с
9. Гетьман О.О. Економіка підприємства: навч.посібник / О.О., Гетьман, В.М. Шаповал – [2-ге вид.]. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 488с.
10. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: підручник / О.П. Гребельник - [3-тє вид.]. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 432с.
11. Деєва Н.М. Фінансовий аналіз: навчальний посібник / Н.М. Деєва, О.І. Дедіков – К.:Центр учбової літератури, 2007. – 328с.

12. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи / С.М. Ілляшенко – Суми., ВТД “Університетська книга”, 2004. – 518 – 527с.
13. Лапіцька С.Ю. Управління підприємством в умовах інновацій: наук.-попул. літер. / С.Ю. Лапіцька – Д.: Наука і освіта, 2002. – 35 с.
14. Менеджмент організацій: підручник / [І.В. Сокирик, В.В. Стадник, М.А. Йохна та ін.]; за заг. ред. Л.І. Федулової – К.: Либідь, 2003. – 448с.
15. Осецький В.Л. Інвестиції та інновації: проблеми теорії і практики Інвестиції та інновації: проблеми теорії і практики / В.Л. Осецький – К.: ІАЕ УААН, 2003. – 413 с.
16. Стратегічне управління підприємствами: навчальний посібник / [А.Г. Семенов, Л.О. Жилінська, ОюС. Богма та ін.]; за заг. ред. Г.А. Семенова. – Запоріжжя: Вид-во КПУ, 2011. – 400с.
17. Федулова Л.І. Інноваційна економіка: підручник / Л.І.Федулова – К.: Либідь, 2006. – 477с.
18. Черниш С.С. Економічний аналіз: навч.посібник / С.С.Черниш – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 312с.
19. Особливості ринку мінеральної води в Україні та світі. URL: http://sklo.kiev.ua/?mid=11&action=news_detail&new_id=1520
20. Сучасний стан ринку мінеральної води в Україні. URL: http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/10_gorka.htm
21. Бардась А.В. Менеджмент [текст]: навчальний посібник / Бардась А.В., Бойченко М.В., Дудник А.В.: Державний ВНЗ «НГУ», – Дніпропетровськ: Герда, 2014. – 344 с.
22. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра спеціальності 073 «Менеджмент» / Упоряд.: В.Я. Швець, О.В. Трифонова, Г.В. Баранець, О.В. Варяниченко. – Дніпро : НТУ «ДП», 2021. – 35
23. <http://www.ukrstat.gov.ua>

ДОДАТОК А

Баланс ПрАТ «Новомосковський завод мін води» за період 2020-2023 рр.(тис.грн)

Актив					
1	2	3	4	5	6
I. Необоротні активи					
Нематеріальні активи:	Код	2020	2021	2022	2023
залишкова вартість	10	120	70	74	11
первісна вартість	11	190	190	246	72
накопичена амортизація	12	70	121	172	61
Незавершене будівництво	20	8	8	69	268
Основні засоби:					
залишкова вартість	30	24 236,00	23 885,00	23 141,00	24 533,00
первісна вартість	31	38 187,00	39 718,00	39 743,00	42 603,00
знос	32	13 951,00	15 833,00	16 602,00	18 070,00
Довгострокові фінансові інвестиції:					
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	40	0	0	0	0
інші фінансові інвестиції	45	5	5	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	50	0	0	0	0
Відстрочені податкові активи	60	0	0	0	0
Інші необоротні активи	70	0	0	0	0
Усього за розділом I	80	24 369,00	23 968,00	23 284,00	24 812,00
II. Оборотні активи					
Запаси:					
виробничі запаси	100	10645	15235	21707	17 262
тварини на вирощуванні та відгодівлі	110	0	0	0	0
незавершене виробництво	120	0	0	0	0
готова продукція	130	430	728	191	96
товари	140	1015	155	180	133
Векселі одержані	150	0	0	0	0
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:					
чиста реалізаційна вартість	160	1 557,00	886	819	463
первісна вартість	161	1 557,00	886	819	463
резерв сумнівних боргів	162	0	0	0	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками:					
з бюджетом	170	43	47	0	0
за виданими авансами	180	0	0	0	0
з нарахованих доходів	190	0	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	200	0	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	210	333	151	485	121
Поточні фінансові інвестиції	220	0	0	0	0
Грошові кошти та їх еквіваленти:					
в національній валюті	230	71	93	16	17
в іноземній валюті	240	0	0	0	0
Інші оборотні активи	250	438	17	7	9
Усього за розділом II	260	14 532,00	17 312,00	23 405,00	18 101,00

Продовження додатку А					
1	2	3	4	5	6
III. Витрати майбутніх періодів	270	31	49	26	32
Баланс	280	38 932,00	41 329,00	46 715,00	42 945,00
<u>Пасив</u>	Код рядка	2020	2021	2022	2023
I. Власний капітал					
Статутний капітал	300	1 016	1 016	1 016	1 016
Пайовий капітал	310	0	0	0	0
Додатковий вкладений капітал	320	0	0	0	0
Інший додатковий капітал	330	4 504	4 504	4 504	4 918
Резервний капітал	340	40	40	40	40
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	350	3 407,00	4 543,00	4 524,00	4 958
Неоплачений капітал	360	0	0	0	0
Вилучений капітал	370	0	0	0	0
Усього за розділом I	380	2153	1 017,00	1 036,00	1 016,00
II. Забезпечення наступних витрат і платежів					
Забезпечення виплат персоналу	400	0	0	0	0
Інші забезпечення	410	0	0	0	0
Цільове фінансування	420	0	0	0	0
Усього за розділом II	430	0	0	0	0
III. Довгострокові зобов'язання					
Довгострокові кредити банків	440	6896	5260	3590	3360
Інші довгострокові фінансові зобов'язання	450	0	0	0	0
Відстрочені податкові зобов'язання	460	0	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	470	12280	19448	22022	20481
Усього за розділом III	480	19 176,00	24 708,00	25 611,00	23 841,00
IV. Поточні зобов'язання					
Короткострокові кредити банків	500	552	1970	3876	3865
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510	0	0	0	0
Векселі видані	520	5025	157	20	587
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	530	11410	12662	15637	12973
Поточні зобов'язання за розрахунками:					
з одержаних авансів	540	3	9	13	15
з бюджетом	550	210	168	229	145
з позабюджетних платежів	560	0	0	0	0
зі страхування	570	93	92	61	46
з оплати праці	580	242	328	181	230
з учасниками	590	0	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	600	0	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	610	68	218	51	227
Усього за розділом IV	620	17603	15604	20068	18088
V. Доходи майбутніх періодів	630	0	0	0	0
Баланс	640	38 932,00	41 329,00	46 715,00	42 945,00

ДОДАТОК Б

Фінансові результати ПрАТ «Новомосковський завод мін води»
за 2020-2023рр. (тис. грн)

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ					
	Код рядка	2020	2021	2022	2023
Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	10	47 099,00	34 715,00	25 842,00	18 151,00
Податок на додану вартість	15	(7850)	(5786)	(4307)	(3025)
Акцизний збір	20	(0)	(0)	(0)	(0)
	25	(0)	(0)	(0)	(0)
Інші вирахування з доходу	30	(53)	(124)	(48)	(33)
Чистий доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	35	39 197,00	28 805,00	21 487,00	15 093,00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	40	(25057)	(19432)	(12794)	(8963)
Валовий:					
прибуток	50	14 140,00	9373	8693	6130
збиток	55	(0)	(0)	(0)	(0)
Інші операційні доходи	60	996	1482	390	8610
Адміністративні витрати	70	(2759)	(2723)	(2162)	(2147)
Витрати на збут	80	(10671)	(5721)	(3935)	(10451)
Інші операційні витрати	90	(748)	(1943)	(1218)	(1230)
Фінансові результати від операційної діяльності:					
прибуток	100	958	468	1768	913
збиток	105	(0)	(0)	(0)	(0)
Доход від участі в капіталі	110	0	0	0	
Інші фінансові доходи	120	1	0	0	
Інші доходи	130	7	2	1	3
Фінансові витрати	140	(876)	(1539)	(1756)	(1148)
Втрати від участі в капіталі	150	(0)	(0)	(0)	(0)
Інші витрати	160	(3)	(2)	(0)	(0)
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:					
прибуток	170	87	0	13	0
збиток	175	(0)	(1071)	(0)	(232)
Податок на прибуток від звичайної діяльності	180	85	65	6	202
Дохід з податку на прибуток від звичайної діяльності	185	0	0	0	0
Фінансові результати від звичайної діяльності:					
прибуток	190	2	0	19	0
збиток	195	(0)	(1136)	(0)	(434)
Надзвичайні:					
доходи	200	0	0	0	0
витрати	205	(0)	(0)	(0)	(0)
Податки з надзвичайного прибутку	210	0	0	0	0
	Код рядка	2020	2021	2022	2023
Чистий:					
прибуток	220	2	0	19	0

