

НУБІП України

НУБІП України

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

11.13 - МР. 1787 "С" 2020.11.13. 013. ПЗ

МЕЛЬЦАРІК ЛЮДМИЛА ЮРІЇВНА

2021 р.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Економічний факультет
УДК 005.591.6:631.11

ПОГОДЖЕНО ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ
Декан економічного факультету Завідувач кафедри економіки

Діброва А.Д.

Байдала В.В.

(підпис)

(підпис)

" " 2021р. " " 2021р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему
"Активізація інноваційного забезпечення сільськогосподарських підприємств"

Спеціальність **051 – "Економіка"**

Освітня програма **Економіка підприємства**
Орієнтація освітньої програми **освітньо - професійна**

Гарант освітньої програми

д.е.н., професор

Єрмаков О.Ю.

Керівник кваліфікаційної
магістерської роботи
к.е.н., доцент
(науковий ступінь та вчене звання)

(підпис)

(ПІБ)

Виконала

Мельцарік Л. Ю.

(підпис)

(ПІБ студента)

Київ – 2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Економічний факультет

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки праці та
соціального розвитку

д.е.н., проф. Єрмаков О.Ю.

2020р.

ЗАВДАННЯ

до виконання магістерської кваліфікаційної роботи студентці

Мельдарік Людмилі Юрївні

(прізвище, ім'я, по-батькові)

Спеціальність 051 - "Економіка"

Освітня програма Економіка підприємства

Орієнтація освітньої програми освітньо - професійна

Тема магістерської роботи: «Активізація інноваційного забезпечення
сільськогосподарських підприємств»

Затверджена наказом ректора НУБіП України від "13" листопада 2020р. №1787 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедрі 2021.11.12

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: звітність сільськогосподарських
підприємств

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи:

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Теоретичні аспекти активізації інноваційного забезпечення сільськогосподарських підприємств
2. Аналіз господарської діяльності ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» та його інноваційної активності
3. Основні напрямки активізації інноваційного забезпечення підприємства

Перелік графічного матеріалу: таблиці, рисунки, схеми

Дата видачі завдання "13" листопада 2020 р.

Керівник магістерської
кваліфікаційної роботи

Нагорний В.В.

Завдання прийнята до виконання

Мельдарік Л. Ю.

ЗМІСТ

Вступ.....	6
Розділ 1. Теоретичні аспекти активізації інноваційного забезпечення сільськогосподарських підприємств.....	9
1.1. Сутність інновацій та їх види.....	9
1.2. Загальна характеристика інноваційної діяльності та інноваційних процесів.....	17
1.3. Активізації інноваційного забезпечення підприємства.....	27
Розділ 2. Аналіз господарської діяльності ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» та його інноваційної активності.....	43
2.1. Організаційно-економічна характеристика ПрАТ «Миронівський хлібопродукт».....	43
2.2. Аналіз використання ресурсів підприємства.....	48
2.3. Оцінка фінансового стану підприємства.....	57
2.4. Аналіз інноваційної діяльності ПрАТ «Миронівський хлібопродукт».....	61
Розділ 3. Основні напрямки активізації інноваційного забезпечення підприємства.....	69
3.1. Удосконалення інноваційного забезпечення підприємства.....	69
3.2. Використання сучасних технологій для зберігання зернових культур.....	76
3.3. Впровадження продуктових інновацій на підприємстві.....	82
Висновки.....	87
Список використаних джерел.....	90
Додатки.....	95

РЕФЕРАТ

Магістерська робота на тему: «Активізація інноваційного забезпечення сільськогосподарських підприємств» викладена на 95 сторінках

комп'ютерного тексту і містить 29 таблиць, 6 рисунків. Робота складається з вступу, трьох розділів, висновку та списку використаної літератури.

Для написання дипломної роботи було використано список літератури, який складається з 57 джерел.

Метою магістерської роботи є дослідження теоретичних і практичних аспектів активізації інноваційного забезпечення сільськогосподарських підприємств та розробка заходів щодо його удосконалення.

Об'єктом дослідження є господарська діяльність та інноваційна активність ПрАТ «Миронівський хлібопродукт».

Предметом дослідження є процес активізації інноваційного забезпечення ПрАТ «Миронівський хлібопродукт».

У першому розділі роботи розглянуто теоретичні аспекти активізації інноваційного забезпечення сільськогосподарських підприємств, сутність та види інновацій, розглянуто загальну характеристику інноваційної діяльності та інноваційних процесів підприємств та заходи щодо активізації інноваційного забезпечення підприємства. У другому розділі зроблений аналіз господарської діяльності ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» та його інноваційної активності. У третьому розділі розглянуто основні напрямки активізації інноваційного забезпечення досліджуваного підприємства.

Ключові слова: інноваційне забезпечення, активізація, сільськогосподарські підприємства, аграрно промисловий комплекс.

ВСТУП

Актуальність теми. Підприємство, як відкрита соціально-економічна система, функціонує у складному взаємозв'язку із зовнішнім середовищем, складність і нестабільність якого вимагає постійного контролю за змінами в ринковому середовищі. Тому обов'язково необхідно враховувати вплив на підприємство зовнішніх умов, які багато в чому будуть визначати напрямок розвитку суб'єкта господарювання, включаючи і його інноваційну діяльність.

Загальновідомо, що характерною особливістю сучасного етапу розвитку світового господарства є глобалізація соціально-економічних, політичних і культурних сфер життя. Глобалізація є наслідком інтернаціоналізації та інтеграції всіх економічних процесів, що вимагає від підприємств відповідних змін у своїй поведінці на ринку. В сучасних умовах господарювання механізм управління інноваційним потенціалом підприємств потребує оптимізації. Такий механізм, маючи галузеву специфіку, яка сприяє прискореному втіленню його результатів в економіку, повинен відповідати вимогам світового рівня. Взаємоузгоджена робота складових механізму управління інноваційним потенціалом вітчизняних підприємств приведе до активізації та поступового підвищення ефективності інноваційного розвитку на всіх рівнях господарювання.

У рамках даного дослідження відповідної уваги потребує вивчення формування механізму активізації інноваційної діяльності на мікрорівні.

Проблематика робіт із даного питання, серед вітчизняних авторів, розглядалася: О. Волковою, М. Денисенком, М. Долішнім, С. Бойком, С. Вовканич, В. Гейцем, М. Герасимчуком, Б. Малицьким, Н. Чухрай, С. Ілляшенком та іншими. Проблеми теорії і практики управління інноваційним потенціалом формувались не одне десятиліття. Значний внесок у їх розвиток внесли такі вчені, як П. Драккер, Л. Гітельман, І. Бланк, В. Дастухова, І. Циглик, С. Кропельницька, О. Мозіль та ін.

Проте незважаючи на значну кількість праць як вітчизняних так і зарубіжних вчених з питань інноваційної діяльності та її забезпечення,

невирішеними залишаються питання, які стосуються системних елементів механізму інноваційного забезпечення, формування інноваційного потенціалу.

Метою кваліфікаційної роботи магістра є дослідження теоретичних і практичних аспектів активізації інноваційного забезпечення сільськогосподарських підприємств та розробка заходів щодо його удосконалення.

Відповідно до сформульованої мети у роботі було поставлено та вирішено наступні завдання:

- уточнено сутність та види інновацій підприємства;
- досліджено механізм активізації інноваційного забезпечення сільськогосподарських підприємств;

- проведено аналіз діяльності ПрАТ «Миронівський хлібопродукт»;

- проаналізовано інноваційну діяльність досліджуваного підприємства;
- обґрунтовано напрями активізації інноваційного забезпечення підприємства;

- розроблено заходи впровадження процесних та продуктових інновацій.

Об'єктом дослідження є господарська діяльність та інноваційна активність ПрАТ «Миронівський хлібопродукт».

Предметом дослідження є процес активізації інноваційного забезпечення ПрАТ «Миронівський хлібопродукт».

Методологічною базою дослідження стали монографічні, навчальні та наукові видання, а також публікації у періодичних виданнях, нормативні та законодавчі акти України.

Інформаційною базою дослідження стала статистична та бухгалтерська звітність ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» за 2018-2020 рр..

Методи дослідження. При проведенні досліджень використовувались: метод логічного аналізу (в процесі уточнення термінології понятійного апарату інноваційної діяльності), статистичні методи вивчення кількісних закономірностей, що проявляються у структурі, динаміці і взаємозв'язках економічних показників (при визначенні факторів та тенденцій господарської діяльності та інноваційної активності підприємства), методи економічного аналізу (при вивченні діяльності підприємств та стану його інноваційної діяльності), метод економічного прогнозування (при визначенні прогнозних показників інноваційної діяльності).

Структура роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Основний зміст роботи викладено на 86 сторінках, містить 29 таблиць та 6 рисунків. Список використаних джерел нараховує 57 позицій, викладений на 5 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Сутність інновацій та їх види

Однією з найважливіших умов ефективного господарювання є створення та реалізація конкурентоспроможних товарів і послуг, які виробляються з використанням результатів інноваційної діяльності.

Інноваційна діяльність є невід'ємною складовою виробничо-господарської діяльності підприємства, зорієнтованої на оновлення і вдосконалення його виробничих сил та організаційно-економічних відносин.

Об'єктом інноваційної діяльності є інновація. Як економічна категорія «інновація» вперше введена в науковий лексикон австрійським ученим Й. Шумпетером, який у праці «Теорія економічного розвитку» охарактеризував її як нову організаційну комбінацію виробничих факторів, здійснену підприємцем, який «спрямовує засоби виробництва в нове русло» і завдяки цьому отримує підприємницький прибуток. Отже, Й. Шумпетер, як і деякі інші економісти-науковці, наприклад П. Друкер, розглядають інновації як зміни з метою одержання підприємницького прибутку. Інші відомі вчені, наприклад, Б. Твісс, Б. Санто, С. Лапко, І. Буднікевич та інші трактують інновації з процесних позицій, тобто пов'язують їх зі створенням, розробленням і доведенням наукової чи іншої нової ідеї до стадії комерційного використання. Третя точка зору вчених, в тому числі Х. Рігса, Р. Фатхундінова та інших, пропонує розглядати інновації як результат використання новінок з метою одержання різного роду ефектів (соціально-економічного, екологічного тощо).

Для з'ясування економічної природи нібито тотожних категорій «нововведення» та «інновація» слід чіткіше розмежувати їх сутнісні поняття.

Нововведення – це оформлений результат фундаментальних прикладних досліджень чи розробок, експериментальних робіт у якій-небудь сфері суспільної діяльності. Вони існують у вигляді: відкриттів, винаходів, патентів, товарних знаків, раціоналізаторських пропозицій, документації на новий чи удосконалений продукт, технологію, управлінський чи виробничий процес; ноу-хау; наукових понять, підходів чи принципів; документа (стандарту, рекомендацій, методики, інструкції і т.н.); результатів

маркетингових досліджень тощо. Для розроблення нововведення необхідно провести маркетингові дослідження, НДДКР, організаційно-технологічну підготовку виробництва, здійснити виробництво й отримати очікувані результати.

Отже, інновація є кінцевим результатом упровадження нововведення з метою зміни об'єкта управління й одержання економічного, соціального та інших ефектів.

Інновація – багатогранна економічна категорія. Її сутність як і зміст інноваційної діяльності не залишаються поза увагою вчених уже більше

століття. Результати досліджень в інноваційній сфері є основою різних теоретичних концепцій, гіпотез, моделей тощо.

Виходячи з сутності інновацій, можна виділити такі їх типи: технологічні, технічні, продуктові, економічні, соціальні, організаційні та правові.

За критерієм новизни інновації можна поділити на два види: радикальні (тобто, базові) та модифікаційні. Види продукції, що раніше не випускалися, принципово нові види технологій (як, наприклад, лазерна техніка, біотехніка та ін.), впровадження яких передбачає розроблення і використання адекватних технічних засобів, а також нових принципів організації та управління виробництвом, належать до радикальних інновацій. Цей тип інновацій з'являється рідко, зберігаючи соціально-економічну значущість протягом тривалого часу. Радикальні інновації зазвичай створюються

країнами з розвиненим науково-технічним потенціалом, що дає можливість проводити цілеспрямовані фундаментальні й прикладні дослідження. Для матеріалізації результатів досліджень у техніко-технологічних системах, машинах та обладнанні ці країни мають дослідно-конструкторську базу, яка відповідає сучасним світовим стандартам. Країни з недостатнім науково-технічним потенціалом змушені бути лише споживачами радикальних (базових) інновацій.

Модифікаційний тип інновацій позначається на вдосконаленні наявних технічних засобів та їх адаптації до вимог, що змінилися. Такі інновації враховують раціональні особливості використання радикальних інновацій і передбачають наявність розвиненої інфраструктури, до якої входять експериментально-технічна база, а також система науково-технічної інформації. Використання модифікаційних інновацій найефективніше в тих країнах і регіонах, промислове виробництво яких лише створюється, а інженерно-технічний персонал і робітники починають опановувати нове для них обладнання, машини та інші види техніки.

Радикальні інновації, які відкривають принципово нові практичні можливості для задоволення тих або інших потреб і вносять якісні зміни у способи діяльності людини, можна умовно поділити на три види:

- одиничні, що з'являються досить часто й допускають перехід від однієї технологічної групи до іншої;
- системні, що мають всеосяжний економічний вплив і модифікують умови виробництва не тільки в основних секторах виробництва і споживання, а й у багатьох споріднених та обслуговуючих галузях. Нові технологічні системи є наслідком не однієї, а цілої низки послідовних інновацій, пов'язаних зі створенням єдиної технологічної бази;

- революційні технології, що являють собою суттєвий тип інновацій, які привносять кардинальні зміни в техніко-економічні параметри виробництва та пов'язані з основними глобальними економічними циклами.

У вище названій праці Й. Шумпетер виділяє п'ять типів інновацій:

- виведення на ринок нового виду виробу, з яким споживачі недостатньо знайомі, або надання нової властивості традиційному виробу;

- впровадження нового методу виробництва, ще не виробуваного експериментально у відповідних галузях сфери виробництва, в основі якого не обов'язково лежить нове наукове відкриття, однак його застосування можливе лише за нового способу управління товарним виробництвом;

відкриття нового ринку збуту товарів;
 – відшукування нового джерела постачання сировини і напівфабрикатів;

– створення нових організаційних структур (наприклад, забезпечення монопольного становища за допомогою трестів, чи інших інтеграційних об'єднань).

На основі класифікації інновацій П. Завліна у таблиці 1.1 дано деяко модифікований її вигляд.

Таблиця 1.1

Класифікація інновацій

Класифікаційна ознака	Види інновацій
За сферою застосування	<ul style="list-style-type: none"> • управлінські; • організаційні; • соціальні; • промислові
За етапами НТП	<ul style="list-style-type: none"> • наукові; • технічні; • технологічні; • конструкторські; • виробничі; • інформаційні
За ступенем інтенсивності	<ul style="list-style-type: none"> • бум; • рівномірна; • слабка; • масова
За темпами впровадження	<ul style="list-style-type: none"> • швидкі; • уповільнені; • наростаючі; • рівномірні; • циклічні
За масштабами інновацій	<ul style="list-style-type: none"> • трансконтинентальні; • транснаціональні; • регіональні; • великі, середні, дрібні
За результативністю	<ul style="list-style-type: none"> • високої результативності; • низької результативності; • стабільної результативності
За видом ефективності	<ul style="list-style-type: none"> • економічні; • соціальні; • екологічні; • інтегровані

Інноваційна діяльність є багатогранним процесом трансформації та використання новітніх ідей і знань. Зрозуміло, що такий процес являє собою

складну багаторівневу систему економічних відносин щодо «уречевлення» знань, якій властиві специфічні взаємозв'язки та закономірності. З огляду на значну, часом визначальну роль, яку інноваційні процеси відіграють у сучасній економіці, визначення та врахування цих особливостей є неодмінною умовою забезпечення ефективності економічної стратегії держави.

Тільки масштабне впровадження інноваційних процесів у діяльність підприємств дає змогу прискорити розвиток національної економіки як кількісно, так і якісно.

Усю сукупність процесів (явищ), що відбуваються на підприємствах різних галузей господарства країни, можна умовно поділити на дві групи – традиційні та інноваційні. Традиційні процеси (явища) характеризують звичайне функціонування господарства країни, його галузей і підприємств, а інноваційні – розвиток останніх на якісно новому рівні. Протягом тривалого періоду, коли економіка функціонувала й розвивалася переважно за рахунок екстенсивних факторів (застосування постійно зростаючих обсягів суспільних ресурсів – персоналу, виробничих фондів), у виробництві домінували традиційні еволюційні процеси. Оскільки екстенсивні фактори практично себе вичерпали або стали економічно не вигідними, розвиток та інтенсифікація сучасного виробництва мають базуватися переважно на нових рішеннях у галузях технології, техніки, організаційних форм і методів господарювання. Опрацювання, прийняття та реалізація таких рішень і становлять зміст інноваційних процесів.

У загальному розумінні інноваційні процеси, що мають місце в будь-якій складній виробничо-господарській системі, є сукупністю прогресивних, якісно нових змін, що безперервно виникають у часі та просторі.

Технічні новинки і нововведення проявляються у вигляді нових продуктів (виробів), технологій їх виготовлення, засобів виробництва (машин, устаткування, енергії, конструкційних матеріалів). Організаційні нововведення охоплюють нові методи й форми організації всіх видів

діяльності підприємств та інших ланок суспільного виробництва (структури управління сферами науки та виробництва, форми організації різних типів виробництва й колективної праці тощо); економічні – методи господарського управління наукою та виробництвом через реалізацію функцій прогнозування і планування, фінансування, ціноутворення, мотивації та оплати праці, оцінювання результатів діяльності; соціальні – різні форми активізації людського чинника (професійна підготовка й підвищення кваліфікації персоналу, передовсім керівного складу всіх рівнів; стимулювання творчої діяльності; поліпшення умов і постійне підтримування високого рівня безпеки праці; охорона здоров'я людини й охорона довкілля – створення комфортних умов життя тощо); юридичні – нові й удосконалені закони та різноманітні нормативно-правові документи, що визначають і регулюють усі види діяльності підприємств та організацій.

Між окремими видами інноваційних процесів (новінок, нововведень) є відносно тісний взаємозв'язок. Технічні новинки зумовлюють передовсім відповідні організаційні нововведення, а останні потребують, як правило, певних змін в економічному механізмі діяльності підприємств. Зокрема створення й розвиток гнучких автоматизованих виробництв на підприємствах різних галузей спричиняють докорінні зміни в організації технічної підготовки виробництва, методах його оперативного планування та регулювання, а також забезпечують перехід до безперервного (тризмінного) режиму роботи цехів з гнучкими виробничими системами.

Широкомасштабна комп'ютеризація виробництва та інших сфер діяльності людини зумовлює появу нового виду господарювання – промислового сервісу й відповідних організаційно-економічних форм його здійснення.

Ефективні технічні, організаційні та економічні нововведення неодмінно ведуть до помітних позитивних змін у соціальних процесах на підприємствах, а постійна актуалізація нагальних завдань соціального характеру ініціює розв'язання таких за допомогою нових економічних рішень. Зрештою, всі нововведення на підприємствах, які зорієнтовано на

динамічний розвиток і невідмінне підвищення ефективності виробництва, мають спиратися на власні юридичні підвалини, відповідні нормативно-законодавчі акти – інакше вони не справлятимуть належного впливу на масштаби і строки досягнення соціально-економічних цілей діяльності підприємств та організацій.

Тому треба позитивно оцінювати активізацію законотворчих процесів в Україні, які сприяють скорішому переходу до соціально-орієнтованих ринкових відносин між суб'єктами господарювання: розроблення і схвалення пакета законів і механізмів їх практичної реалізації, що визначають і регулюють діяльність підприємств та організацій усіх

галузей господарства країни.

Будь-які локальні і глобальні нововведення різного спрямування можуть забезпечувати максимально можливий прогресивний вплив на

виробництво за умови, якщо підприємства використовують їх постійно, комплексно й гармонічно. Найбільший за наслідками безпосередній вплив на

результативність (ефективність) діяльності підприємства справляють технічні та організаційні нововведення. Інші нововведення впливають на

виробництво опосередковано (через ефективність нових організаційно-технічних рішень). Про силу впливу окремих організаційно-технічних та

інших нововведень на відповідні економічні показники діяльності підприємств свідчать такі приклади.

Досвід експлуатації гнучких автоматизованих виробництв свідчить про

їх істотні переваги порівняно з технологічним устаткуванням традиційного виконання: питома вага оплати праці (у розрахунку на одну деталь)

зменшується на 25-30%, накладні витрати – більше ніж на 80%, виробничі площі зменшуються на 60%, а тривалість виробничого циклу скорочується у

5-6 разів. З-поміж глобальних технічних нововведень за силою впливу на економіку підприємства варто назвати роторні та роторно-конверсні лінії, які

забезпечують у зіставленні з традиційними знаряддями: підвищення продуктивності праці – у 4-10 разів, зменшення обсягу необхідної

виробничої площі – у 2-2,5 рази; скорочення тривалості циклу виготовлення – у 15-20 разів, а обсягу транспортування виробів – у 25-30 разів.

Помітно посилюється вплив нових технічних (технологічних) систем не лише на економічні явища, а й на соціальні процеси. Це потребує пильної уваги конструкторів нової техніки до показників її надійності, ергономічності та екологічності. Особливо нагальним є завдання екологізації виробництва.

Спеціальними науковими соціальними дослідженнями встановлено, наприклад, що збільшення у два рази забруднення повітря шкідливими викидами скорочує термін експлуатації промислового устаткування до

першого капітального ремонту в середньому у півтора рази, і що урожайність пшениці в зонах дії підприємств кольорової металургії на 40-60% менша, ніж за межами цих зон. Водночас сучасні прогресивні технології у багатьох

випадках уможливають не тільки зменшення кількості шкідливих відходів, а й переборення їх на додаткові чинники зростання обсягів продукції і прибутку.

Зокрема застосування технології утилізації викидів сірчаного ангідриду тепловими електростанціями через оснащення їх відповідними газоочисними установками може задовольнити половину потреби економіки

України в сірчаній кислоті.

Інноваційний процес у сучасному розумінні не обмежується першою появою на ринку нового продукту, послуги або доведенням до проектної потужності нової технології. В міру поширення інновація вдосконалюється,

стає ефективнішою, набуває раніше не відомих споживчих властивостей. Це відкриває для неї нові сфери застосування, ринки, нових споживачів.

Сукупний суспільний результат інновації є позитивним саме завдяки механізму дифузії інновацій.

НУБІП України

1.2. Загальна характеристика інноваційної діяльності та інноваційних процесів

В сучасній науковій літературі відсутній єдиний підхід до визначення категорій «інноваційна діяльність» і «інноваційний процес». На думку одних авторів ці поняття тотожні, а інші вважають, що вони мають різний зміст. Однак і останні не мають єдиної точки зору: одні вважають, що інноваційний процес включає інноваційну діяльність, інші навпаки.

В Законі України «Про інноваційну діяльність» вона розглядається як діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів та послуг.

На відміну від поняття інноваційна діяльність, викладеного в Законі України, у світовій практиці прийняте таке формулювання – це діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок для розширення і відновлення номенклатури і поліпшення якості продукції, що випускається (товарів, послуг), удосконалення технології їх виробництва з наступним впровадженням і ефективною реалізацією на внутрішньому чи зовнішньому ринках.

Інноваційну діяльність розглядають як процес І. Афонін, Т. Балабанов, О. Волков, М. Денисенко, А. Гречан, Є. Ілляшенко, В. Швандар, В. Горфінкель, Л. Оголева, Н. Краснокутська, Р. Фатхутдінов.

Інші вчені, наприклад, В. Архангельський, П. Завлін, С. Ільєнкова, Л. Гохберг, Ф. Ягудін, В. Гриньова, В. Власенко, І. Павленко, Ю. Морозов, П. Микитюк розрізняють поняття інноваційна діяльність і інноваційний процес. О. Мізрова вважає, що інноваційна діяльність більш широке поняття ніж інноваційний процес.

«Керівництво Осло» визначає технологічну продуктову або процесну інноваційну діяльність, як діяльність, яка охоплює всі ті наукові, технологічні, організаційні, фінансові і комерційні заходи, включаючи

інвестиції і нові знання, які фактично або за задумом призводять до появи технологічно нових або удосконалених продуктів або процесів.

Інновація – складний процес, і масштаби діяльності, що необхідні для здійснення технологічної, продуктової або процесної інноваційної діяльності,

можуть суттєво різнитися. Інноваційна діяльність може здійснюватись в межах підприємства або включати придбання товарів, послуг чи знань із зовнішніх джерел, включаючи консультаційні послуги. Таким чином, організація може придбати зовнішні технології в уречевленій або неуречевленій формі. Інноваційна діяльність може здійснюватись у всіх

галузях економіки: виробництві, сфері послуг, державному управлінні, в охороні здоров'я і навіть в приватних домогосподарствах. З однієї точки зору, інноваційна діяльність являє собою сферу розробки і практичного освоєння технічних, технологічних, організаційно-економічних нововведень,

яка включає не тільки інноваційні процеси, але й маркетингові дослідження ринків збуту товарів, їх споживчих властивостей, а також новий підхід до організації інформаційних, консалтингових, соціальних й інших видів послуг. З іншої, це діяльність, яка спрямована на виконання інноваційного процесу. Інноваційний процес неможливо звести до жодної з її складових; він

характеризується фронтальністю, високим рівнем невизначеності і ризику, складністю прогнозування результатів.

На нашу думку потрібно погодитись з тими, хто вважає, що поняття «інноваційна діяльність» більш широке, ніж «інноваційний процес».

Діяльність включає в себе ціль, засоби, результат і сам процес діяльності, а процес – це послідовна зміна станів, стадій розвитку або сукупність послідовних дій для досягнення будь-якого результату.

Узагальнені підсистеми інноваційної діяльності на рівні народного господарства в своєму складі можуть мати: наукову діяльність; науково-технічну діяльність; науково-організаційну діяльність; науково-інформаційну діяльність; господарську комерційну діяльність; діяльність з розвитку людського капіталу; інвестиційно-фінансову діяльність.

Узагальнені підсистеми інноваційної діяльності на рівні галузі в своєму складі можуть мати: науково-технічну діяльність; науково-організаційну діяльність; науково-інформаційну діяльність; діяльність з розвитку людського капіталу; інвестиційно-фінансову діяльність.

Узагальнені підсистеми інноваційної діяльності на рівні підприємства в своєму складі можуть мати: науково-технічну діяльність; науково-організаційну діяльність; науково-інформаційну діяльність; господарську комерційну діяльність.

Розглянемо зміст основних підсистем інноваційної діяльності.

Господарська комерційна діяльність підприємств включає: виробничу діяльність; фінансово-інвестиційну діяльність; маркетингову діяльність; діяльність з розвитку людського капіталу.

Наукова діяльність – інтелектуальна діяльність, яка спрямована на одержання і використання нових знань. Основними її формами є фундаментальні та прикладні наукові дослідження.

Науково-технічна діяльність – інтелектуальна і творча діяльність, спрямована на одержання і використання нових знань у всіх галузях техніки і технологій. Її основними формами (видами) є науково-дослідні, дослідно-конструкторські, проектно-конструкторські, технологічні, пошукові та проектно-пошукові роботи, виготовлення дослідних зразків або партій науково-технічної продукції, а також інші роботи, пов'язані з доведенням наукових і науково-технічних знань до стадії практичного їх використання, тобто інновацій.

Науково-організаційна діяльність – діяльність, що спрямована на методичне, організаційне забезпечення та координацію наукової, науково-технічної та науково-педагогічної діяльності.

Науково-інформаційна діяльність – сукупність дій, спрямованих на задоволення потреб громадян, юридичних осіб і держави у науково-технічній інформації, що полягає в її збиранні, аналітично-синтетичній обробці, фіксації, зберіганні, пошуку і поширенні. Науково-технічна інформація –

документовані або публічно оголошені відомості про вітчизняні та зарубіжні досягнення науки, техніки і виробництва, одержані в ході науково-дослідної, дослідно-конструкторської, проектно-технологічної, виробничої та громадянської діяльності.

Господарська комерційна діяльність (підприємництво) – це самостійна, ініціативна, систематична господарська діяльність, що здійснюється на власний ризик суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Діяльність зі створення і розвитку людського капіталу – діяльність, що спрямована на формування широкого світогляду фахівців та вчених, яких готують навчальні заклади, розвиток знань і людської здатності їх творчо засвоїти, приведення рівня і якості освітнього потенціалу та кадрового забезпечення країни у відповідність до вимог інноваційно-орієнтованої економіки.

Інвестиційно-фінансова діяльність являє собою цілеспрямований здійснюваний процес пошуку необхідних інвестиційних ресурсів, вибору ефективних об'єктів (інструментів) інвестування, формування збалансованої за обраними параметрами інвестиційної програми (інвестиційного портфеля) і забезпечення її реалізації.

Інноваційна спрямованість економічних процесів, яка притаманна сучасній світовій економіці, довела неефективність організаційних структур і методів традиційного менеджменту, які не враховують зростаюче значення неуречевлених форм і нетрадиційних якісних факторів економічного зростання. На зміну концепціям і принципам менеджменту приходять нові моделі інноваційного управління – інноваційний менеджмент.

Таким чином, інноваційна діяльність розглядається в літературі, як цілеспрямована й організована творча діяльність, яка проводиться з метою удосконалення і збалансованості різних площин діяльності підприємства і складається із сукупності різних видів робіт, які взаємопов'язані в єдиному процесі із створення і виробництва інновацій. Це сукупність наукової,

технологічної, організаційної, фінансової і комерційної діяльності, яка направлена на створення і впровадження на ринку нового або удосконаленого продукту, створення нового або удосконаленого технологічного процесу, використання в практичній діяльності, нової або удосконаленої організаційно-економічної форми, яка забезпечує необхідну економічну і (або) суспільну вигоду.

Вона включає в себе цілий комплекс наукових, технологічних, фінансових і комерційних заходів, маркетингові дослідження ринкових потреб в інновації, а також інноваційний процес і діяльність, що пов'язана з розповсюдженням інновацій.

До інноваційної діяльності відносять:

- виконання науково-дослідних, дослідно-конструкторських або технологічних робіт зі створення інноваційного продукту;

- комплексне науково-технічне індикативне планування і цільове програмування;
- організацію і нормативно-правове забезпечення робіт зі створення інноваційного продукту;

- технологічне переоснащення і підготовку виробництва для випуску інноваційного продукту (послуги), технології;
- сертифікацію і стандартизацію інноваційних продуктів;
- проведення маркетингових досліджень з метою виявлення попиту на інноваційну продукцію;

- проведення випробувань щодо освоєння споживачем інноваційного продукту;
- управління процесами комерціалізації нововведень;
- діяльність з просування інноваційного продукту на внутрішній

- або світовий ринки, включаючи правову охорону результатів інноваційної діяльності, що використані в продукті;
- передачу або придбання прав на об'єкти інтелектуальної власності за умов включення їх в громадянсько-правовий обіг;

експертизу, консультування, інформаційні, юридичні або інші послуги (включаючи організацію фінансування інноваційної діяльності) зі створення і реалізації нового і удосконаленого інноваційного продукту

Останнім часом визиває багато сперечань питання, що можна відносити до видів інноваційної діяльності. Згідно Закону України «Про інноваційну діяльність» види інноваційної діяльності не визначені.

Український статистичний департамент до 2007 року проводив дослідження витрат на інноваційну діяльність за такими напрямками (річна форма №1 –

інновація, затверджена наказом Держкомстату України 9 вересня 2003 року № 290):

- дослідження і розробки;
- придбання нових технологій (прав на патенти, ліцензій на використання об'єктів промислової власності, безпатентних ліцензій, ноу-

- хау, технологій, тощо), в тому числі придбання виключних майнових прав на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, ліцензій, ліцензійних договорів на зазначені об'єкти;

- виробниче проектування та інші види підготовки виробництва для випуску нових продуктів, впровадження нових методів їх виробництва;

- придбання машин, обладнання, установок, інших основних засобів та капітальні витрати, пов'язані з упровадженням інновацій;

- маркетинг та реклама;

- інші.

Такий підхід, на нашу думку, не виокремлював таких суттєвих інноваційних витрат, як витрати на підготовку кадрів, що визначається необхідним для здійснення інноваційної діяльності (показується у вигляді

інших витрат або витрат на придбання нових технологій); витрати на

організаційні інновації, які стосуються створення нових організаційних інноваційних структур або їх реорганізації. Якщо підприємство само не проводить дослідження й розробки, але витрачає гроші на результати

досліджень і розробок, які проводять інші організації, то ці витрати

відображалися у витратах на придбання нових технологій, які використані для реалізації технологічних інновацій, урахувавши придбання підприємством прав власності на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, ліцензій на використання зазначених об'єктів, виплати ліцензіару, а також витрати на придбання безпатентних ліцензій, ноу-хау, проєктів, технологій в розукомплектованому вигляді, товарних знаків, інших інжинірингових, консалтингових послуг, придбання від сторонніх організацій, приватних осіб тощо.

У 2007 році відбулися зміни у статистичній звітності щодо обстеження інноваційної діяльності промислових підприємств. Згідно цих змін дослідження витрат на інноваційну діяльність проводилося за такими напрямками (річна форма №1 – інновація, затверджена наказом Держкомстату України 20 липня 2007 року № 234):

- внутрішні науково-дослідні розробки (НДР) (без амортизації, включають капітальні витрати на споруди і обладнання для виконання НДР);
- придбання НДР (зовнішні НДР);
- придбання машин, обладнання та програмного забезпечення (за виключенням витрат на обладнання для НДР);
- придбання інших зовнішніх знань;
- інші витрати.

За таким переліком витрат, на нашу думку, взагалі неможливо проаналізувати інноваційну діяльність, а ні за структурою існуючого інноваційного процесу, а ні за основними видами інноваційної діяльності. Коли аналітик визначає перелік факторів, за якими він збирається проводити дослідження, то він визначає для себе спочатку мету дослідження. Метою статистичного дослідження українських промислових підприємств повинно бути: визначення найбільш вагомих факторів, які сприяють або протидіють здійсненню інноваційної діяльності; визначення структури інноваційного процесу на підприємстві; аналіз ефективності інноваційної діяльності взагалі і за окремими її напрямками.

Нам здається корисним не тільки розмежування витрат на інноваційну діяльність, яка проводилася в середині організації і за її межами, але й виокремлення витрат на придбання або формування релевантних знань, які є новими для підприємства, і витрат на доведення нових знань до можливості

їх впровадження у виробництво (дослідно-конструкторські роботи зі створення інноваційного продукту). Це дозволить розглядати види інноваційної діяльності в системі побудованого на підприємстві інноваційного процесу. Для підприємства найбільшого значення має вартість

досліджень і розробок, ніж їх походження (власні сили чи сторонні організації). Цікаво дослідити ефективність інноваційної діяльності в залежності від обсягу витрат на формування або придбання релевантних знань.

Крім того, на нашу думку, не доцільно змішувати виробниче проектування і підготовку виробництва для випуску нових продуктів, впровадження нових методів їх виробництва. Виробниче проектування логічно відноситься до дослідно-конструкторських робіт зі створення інноваційного продукту, це відбувається в процесі доведення нових знань до можливості їх впровадження у виробництво. Підготовка виробництва до випуску інноваційного продукту – це етап, який безпосередньо виконується перед виробництвом і реалізацією інноваційної продукції.

Неможливо розглядати інноваційну діяльність без дослідження маркетингових інноваційних витрат, оскільки сучасне покоління інноваційного процесу зазначає попереднє дослідження, а іноді і створення ринку для нового інноваційного продукту.

Наприкінці ХХ початку ХХІ століття була створена концепція управління компанією шляхом управління бізнес-процесами – реінжиніринг.

В умовах жорсткої конкуренції і перевиробництва самою значною конкурентною перевагою може стати миттєва реакція на зовнішні зміни і на зміни споживчих переваг. Ця концепція реалізує принципи системного управління якістю, де основним об'єктом уваги стає синергетичний ефект за

рахунок оптимально побудованих процесів, тобто підвищення ефективності за рахунок взаємовпливу функцій, що приймають участь у процесі. При цьому головним вважається не продукт або послуга, що формує компанія, а якість процесів їх формування. Реінжиніринг – це фундаментальне

переосмислення і радикальне перепроєктування ділових процесів для досягнення різких покращень в таких вирішальних показниках діяльності, як вартість, якість, сервіс і темпи, тобто це винахід нових ділових процесів. Інноваційний характер реінжинірингу полягає в тому, що розробляється

зовсім новий діловий процес, а його реалізація дає низку наступних інновацій в стані інших елементів виробничо-господарської системи організації. Таким чином, серед видів інноваційної діяльності потрібно окремо виділити організаційні інновації, без яких неможливе якісне управління основним, обслуговуючим процесом та процесом управління.

Як вже нами зазначалося в інформаційному суспільстві головним чинником є не обсяг інформації, а здатність людини використовувати її для досягнення поставлених цілей. Зараз дуже багато пишуть про людський капітал і його роль у підвищення ефективності виробництва. Тому, на нашу думку, дуже важливим є визначення витрат на підготовку кадрів.

В табл. 12 пропонується систематизація складових інноваційної діяльності в системі побудованого на підприємстві інноваційного процесу з коментарями щодо того, яким чином даний вид діяльності повинен відображатись у вигляді затрат на технологічну, продуктову або процесну інноваційну діяльність.

Інноваційна діяльність – це види робіт, які спрямовані на практичне використання наукового, науково-технічного результату і інтелектуального потенціалу з метою отримання нової або радикально покращеної продукції, технології її виробництва і задоволення платоспроможного попиту споживачів у високоякісних товарах і послугах, удосконалення соціального обслуговування.

Складові інноваційної діяльності і їх основні витратні характеристики

Види інноваційної діяльності	Коментарі щодо включення витрат з даного виду діяльності в технологічну продуктову або процесну інноваційну діяльність
<p>Придбання або формування релевантних знань, які є новими для підприємства:</p> <ul style="list-style-type: none"> – фундаментальні, пошукові і прикладні дослідження; – придбання не уречевлених технологій і ноу-хау; – придбання уречевлених технологій 	<p>Затрати на відтворення досліджень; затрати на придбання технологій, які не відтворені в конкретному продукті і ноу-хау; затрати на технології, які відтворені в конкретному продукті</p>
<p>Доведення знань до можливості їх впровадження у виробництво (дослідно-конструкторські роботи зі створення інноваційного продукту):</p> <ul style="list-style-type: none"> – технічне проектування продукту і виробничого циклу; – розробка технологічної документації; – розробка документації для виготовлення і випробувань дослідного зразку 	<p>Затрати на відтворення розробок, що є результатами досліджень; затрати на проведення тестувань виробничого і маркетингового характеру щодо можливості впровадження нововведення у виробничий процес</p>
<p>Форми підготовки до виробництва:</p> <ul style="list-style-type: none"> – інструментальна підготовка; – виробниче і художнє проектування інноваційного продукту; – інші капітальні витрати щодо введення інноваційного продукту у виробництво; – пуск виробництва 	<p>Затрати на оснащення обладнання, промисловий інжиніринг, запуск виробництва, включаючи дослідні установки і дослідні зразки, які не включені у склад затрат на дослідження і розробки</p>
<p>Підготовка кадрів</p>	<p>Затрати на проведення тренінгів, які відносяться до технологічної, продуктової або процесної інноваційної діяльності, що визначається необхідним для здійснення нового або удосконаленого продукту або процесу</p>
<p>Маркетинг інновацій</p>	<p>Затрати на проведення тестувань маркетингового характеру щодо можливості впровадження нововведення у виробничий процес; затрати на маркетинг технологічної продуктової або процесної інновації, якщо він необхідний для створення технологічно нового або удосконаленого продукту або нового процесу</p>

Продовження таблиці 1.2

Організація управління	Затрати на створення нових організаційних структур з різною організаційно-правовою формою; затрати на об'єднання, приєднання і поглинання різних організаційних структур; затрати на виділення і роз'єднання різних організаційних структур; затрати на створення сумісних підприємств, в тому числі франчайзинг; затрати на акціонування (це стосується лише тих організаційних структур, які трансформуються з метою проведення інноваційної діяльності)
------------------------	--

Інноваційна діяльність є основою розвитку інноваційного потенціалу підприємства, так як вона являє собою свідому, цілеспрямовану роботу людей або сукупність особливого роду робіт зі створення і розповсюдження нововведення у виробничій системі. Інновації, які відтворені в нових продуктах, нових ринках, нових методах виробництва, в освоєнні нових джерел сировини, реорганізації структур управління виступають засобом адаптації інноваційного потенціалу господарюючого суб'єкта до постійно змінюваних умов ринкового середовища і забезпечення стійкості його діяльності. Відповідно, ступінь активності інноваційної діяльності визначає розвиток інноваційного потенціалу з точки зору обсягів інноваційних ресурсів і ефективності їх використання.

1.3. Активізації інноваційного забезпечення підприємства

Розробка цілей, стратегій та формування на їх основі відповідних документів (планів, проєктів, програм) – це вихідний етап інноваційних перетворень в організації. Для інноваційного розвитку організації необхідно впровадити їх у практику роботи конкретних підприємств, тобто надати їм характер послідовних дій.

Активізація інноваційного забезпечення як явище являє собою єдину цілісну систему взаємодіючих між собою елементів (систем), які мають організаційний (правовий), економічний, соціально-психологічний та інформаційний характер. Тому кожному з цих складових потрібно, з одного

боку, характеризувати, як самостійну підсистему, виходячи із специфіки змісту, форм та методів, які мають певний інструментарій та об'єкти впливу; а з іншого, їх (підсистеми), треба розглядати разом з іншими елементами, оскільки результативність інноваційних перетворень може бути досягнутою тільки за допомогою свідомого формування зазначеної системної цілісності.

Загальними характеристиками систем забезпечення (впровадження та підтримки) інноваційної діяльності є безперервність, комплексність та системність.

Безперервність акцентує увагу на необхідності повсякденної підтримки процесів інноваційного розвитку організації, що передбачає необхідність повної організації робіт, згідно з визначеними цілями, стратегіями, втіленими у відповідні інноваційні плани, проекти та програми. Іншою базовою характеристикою є комплексність, системність заходів щодо забезпечення інноваційної діяльності. Для демонстрації взаємозв'язку окремих, але необхідно об'єднаних взаємодоповнюючих між собою, підсистем забезпечення інноваційної активності, розглянемо структуру та логіку створення організаційного, фінансово-економічного, соціально-психологічного та інформаційно-аналітичного механізмів.

Система забезпечення інноваційної активності у загальному вигляді складається з чотирьох цільових підсистем (рис. 1.1), які показують необхідні механізми та їхні взаємозв'язки, що дозволяють, на основі організації виконання інноваційних планів, проектів та програм досягти інноваційного розвитку організації.

Інноваційне забезпечення діяльності підприємства – це сукупність структурних та динамічних організаційних, фінансово-економічних, міжособистісних та міжгрупових взаємовідносин, а також інформаційно-аналітичних можливостей, усередині та за межами організації, що охоплює множини організаційних зв'язків, відносин власності, субординаційних і координаційних відносин, регламентованих правовими та організаційно-культурними нормами, за допомогою яких ринково-орієнтоване

підприємство використовує (або ні) ті інноваційні можливості, що надає йому середовище, сприяє (або ні) досягненню цілей інноваційного розвитку за допомогою реалізації обраної стратегії.

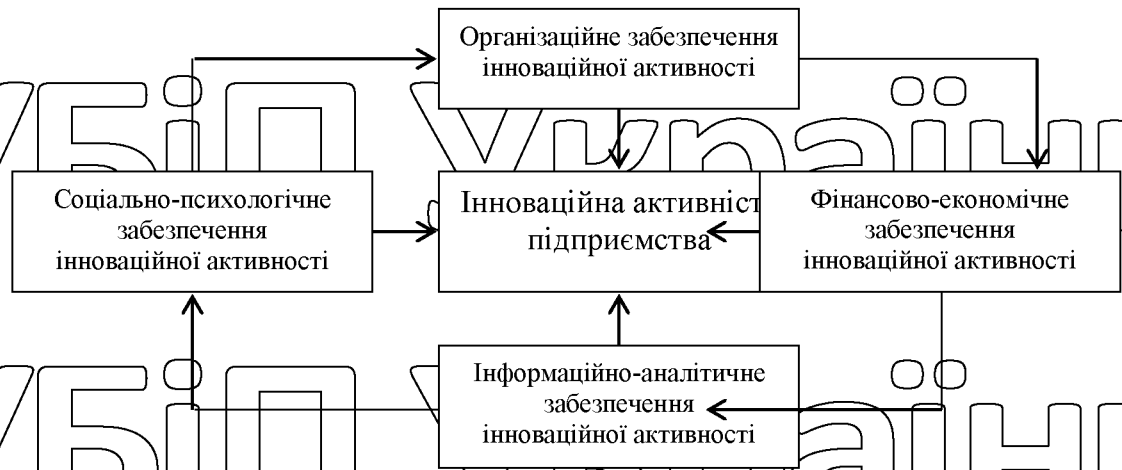


Рис. 1.1. Основні підсистеми забезпечення інноваційної активності підприємства

Об'єктами інноваційного забезпечення є сукупність інновацій та інноваційна політика підприємства, які спрямовані на його стратегічний розвиток. Суб'єктами інноваційного забезпечення можуть виступати підрозділи підприємства, які за допомогою різноманітних форм інноваційної активності забезпечують досягнення стратегічних цілей організації.

Активізацію інноваційного забезпечення сільськогосподарських підприємств доцільно реалізувати через процеси формування, використання та розвитку їх інноваційного потенціалу.

Зовсім недавно поняття «інноваційний потенціал» ввійшло до числа термінів економічної науки як економічна категорія, але в сучасній економічній літературі, у тому числі й українській, відсутнє однозначне його визначення. У наукових працях цей термін вживається, як правило, операційно при розв'язанні інших науково-пізнавальних завдань. У багатьох дослідженнях автори концентрують свої зусилля на вивченні окремих сторін інноваційного потенціалу, тому в літературі представлені специфічні визначення, які мало співвідносяться між собою. Іноді поняття

«інноваційний потенціал» ототожнюється з науковим, інтелектуальним, творчим та науково-технічним потенціалом. Аналіз економічних аспектів поняття «інноваційний потенціал» виявляє широкий спектр підходів до його вивчення. Розглянемо деякі з них:

1) інноваційний потенціал – це одна з трьох складових інноваційного простору, яка включає в себе особисті й ділові якості керівників, професійну й економічну підготовку, професійні досягнення (авторські посвідчення, винаходи тощо), матеріально-технічне і фінансове забезпечення, інноваційний потенціал визначається набором здійснюваних

нововведень;

2) інноваційний потенціал – сукупність різних видів ресурсів, включаючи матеріальні, фінансові, інтелектуальні, інформаційні та інші ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності;

3) інноваційний потенціал містить невикористані, приховані можливості накопичених ресурсів, що можуть бути задіяні для досягнення цілей економічних суб'єктів;

4) інноваційний потенціал регіону являє собою категорію особливого змісту, що включає не лише інноваційні ресурси й механізм їх використання в організаційно-господарській системі, а й активність інноваційних процесів у регіональній економіці.

Складність визначення інноваційного потенціалу обумовлена різним розумінням даного терміна вченими й відсутністю комплексних методичних досліджень у цій області.

Розкриття сутності поняття «інноваційний потенціал» доцільно здійснювати через визначення його складених категорій. Поняття «потенціал» походить від латинського слова, що означає чинність, міць, можливість, здатність, що існує в прихованому вигляді й здатну проявитися за певних умов. У фізиці поняття «потенціал» характеризує величину потенційної енергії у певній точці простору. При цьому потенційна енергія – це запас внутрішньої енергії, яким тіло володіє завдяки своєму стану, або

енергія взаємодії тієї системи, обумовлена їхнім взаємним розташуванням у просторі. У більш широкому змісті потенціал – це сукупність факторів, що є в наявності, які можуть бути використані й приведені в дію для досягнення певної мети, результату. При цьому потенціал може бути явним і прихованим, використовуваним або невикористовуваним.

Інновація відповідно до Міжнародних стандартів у статистиці, науці, техніці й інноваціях – кінцевий результат інноваційної діяльності, що одержав втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, використовуваного в практичній діяльності, або в новому підході до соціальних послуг.

Беручи до уваги вищевикладене, категорію «інноваційний потенціал» цілком можна трактувати як здатність системи до трансформації фактичного порядку речей у новий стан з метою задоволення існуючих або знову виникаючих потреб (суб'єкта-новатора, споживача, ринку тощо). При цьому ефективне використання інноваційного потенціалу уможливує перехід від прихованої можливості до явної реальності, тобто з одного стану в інше (а саме, від традиційного до нового). Отже, інноваційний потенціал – це свого роду характеристика здатності системи до зміни, поліпшення, прогресу. Приведемо тут і інші визначення поняття інноваційного потенціалу.

Ряд дослідників вважають, що інноваційний потенціал підприємства, науково-технічної організації – це сукупність науково-технічних, технологічних, інфраструктурних, фінансових, правових, соціокультурних та інших можливостей забезпечити сприйняття й реалізацію нововведень, тобто одержання інновацій, що утворюють єдину систему появи й розвитку в ній ідей, забезпечують конкурентоспроможність кінцевої продукції або послуг відповідно до мети й стратегії підприємства. У той же час це міра готовності підприємства здійснювати стратегію, орієнтовану на впровадження нових продуктів. Разом із тим, інноваційний потенціал включає, поряд із технологічним прогресом інституціональні форми, поєднані з механізмами

науково-технічного розвитку, інноваційну культуру суспільства, сприйнятливість його до нововведень.

Інноваційний потенціал також можливо визначити як сукупність елементів, які необхідні для вирішення певних виробничих проблем, і готовність суб'єкта господарювання до їх вирішення. У більшості джерел

інноваційний потенціал характеризується як множина переваг, перспектив і змін, які можуть бути реалізовані за повного задоволення потреб у даній інновації в оптимальні терміни. Враховуючи викладене, вважаємо за

доцільне подати таке визначення інноваційного потенціалу підприємства, як

сукупність організованих у певних соціально-економічних формах ресурсів, що можуть за певних діючих внутрішніх і зовнішніх чинників інноваційного середовища бути спрямовані на реалізацію інноваційної діяльності, метою

якої є задоволення нових потреб суспільства. У цьому визначенні

сконцентовано сукупність інноваційних ресурсів, їх цільову спрямованість (задоволення потреб), а також враховано фактор інноваційного середовища.

Тому вважаємо його таким, що довніше розкриває сутність цієї економічної категорії.

Таким чином, існують різні поняття інноваційного потенціалу.

Наведені визначення не розкривають всієї його сутності, а розглядають лише деякі складові частини. У зв'язку з цим відрізняються підходи до визначення структури інноваційного потенціалу.

Деякі дослідники представляють структуру інноваційного потенціалу як єдність трьох його складових: ресурсної, внутрішньої й результативної, які

співіснують взаємно, передбачають і спричиняються один одного й проявляються при використанні як його триєдина сутність. Але окрім ресурсів, необхідна наявність ще одного елементу для ефективної реалізації

інноваційного потенціалу, а саме розвинутої інноваційної культури.

Ресурсна складова інноваційного потенціалу, є свого роду «плацдармом» для його формування. Вона містить у собі наступні основні компоненти, що мають різне функціональне призначення: матеріально-

технічні, інформаційні, фінансові, людські й інші види ресурсів. Так, матеріально-технічні ресурси, будучи речовинною основою, визначають техніко-технологічну базу потенціалу, що в наслідку буде впливати на масштаби й темпи інноваційної діяльності. У свою чергу самі вони

формується в галузях, що виготовляє засоби виробництва, які шляхом застосування нових технологій закладають у них потенційні можливості, реалізовані або нереалізовані згодом.

Наступний компонент ресурсної складової – інформаційний ресурс (такі її активні форми як бази знань, моделі, алгоритми, програми, проекти

тощо). Даний вид ресурсів, на відміну від інших, практично невичерпний. З розвитком суспільства й активізацією використання знань, запаси інформаційного ресурсу не зменшуються, а, навпаки, збільшуються. При цьому цей вид ресурсів не самостійний і сам по собі має лише потенційне

значення, тільки об'єднавшись з іншими ресурсами – досвідом, працею, кваліфікацією, технікою, технологією, енергією, сировиною, вона з'являється в «кінетиці» як рушійна сила інноваційного потенціалу.

Фінансові ресурси входять до складу ресурсної складової інноваційного потенціалу як органічна єдність наявних ресурсів і невикористаних можливостей їхнього альтернативного вкладення. Таким чином, вони характеризуються тією сукупністю джерел і запасів фінансових можливостей, які є в наявності й можуть бути використані для реалізації конкретних цілей і завдань. При цьому обсяг фінансових ресурсів відображає

фінансову міць, здатність системи брати участь у створенні матеріальних благ і наданні послуг. Однак, крім функції забезпечення фінансові ресурси виконують і страхову функцію, безпосереднім чином дублюючи, а також вимірюючи в грошових одиницях матеріально-технічні, інформаційні, людські та інші ресурси, що входять до складу інноваційного потенціалу.

Таким чином, значення цього ресурсу неоднозначне. З однієї сторони, через свою обмеженість він змушує шукати більш економічний варіант, виходити з того, що є, інтенсифікувати використання наявних факторів, тобто надає

руху всій системі. З іншого боку його лімітований характер може загальмувати або погасити формування й реалізацію самого інноваційного потенціалу. Проте, одне залишається безсумнівним – цей вид ресурсів безпосереднім чином (якісно й кількісно) впливає на інноваційний потенціал.

Наступним компонентом ресурсної складової інноваційного потенціалу є людський ресурс (капітал, фактор), що не просто виконує функцію, яка забезпечує (як всі попередні), а виступає головною креативною силою, тому що все народжується саме в головах людей. Слід зазначити, що цей компонент – це не тільки живі люди і не їхні знання самі по собі (хоча в цей

час останні з основної умови розвитку виробництва перетворилися в його головний і невід'ємний фактор, перейшовши в якісно новий стан). Це сукупність проінвестованих суспільно доцільних виробничих і загальнолюдських навичок, знань, умінь, якими володіє людина, які їй

належать, не віддільні від неї й практично використовуються в повсякденному житті. Важливим є і той факт, що зазначений компонент безпосередньо впливає не тільки на ресурсну складову інноваційного потенціалу, але й на внутрішню й, особливо, результативну.

Іншою складовою інноваційного потенціалу, не менш важливою, чим ресурсна, є результативна складова, що виступає відображенням кінцевого результату реалізації наявних можливостей (у вигляді нового продукту, отриманого в ході здійснення інноваційного процесу). Таким чином, вона – свого роду цільова характеристика інноваційного потенціалу. Важливість цієї

складової й доцільність відособленого виділення підтверджується тим, що її збільшення, у свою чергу, сприяє розвитку інших складових (наприклад, ресурсної). Іншими словами результативна складова, сама, будучи результатом кількісної і якісної зміни, несе в собі потенційні можливості виведення на новий рівень функціонування, як інноваційного потенціалу, так і системи в цілому.

Третьою складовою інноваційного потенціалу є внутрішня складова, так званий «важіль», що забезпечує дієдатність і ефективність

функціонування всіх попередніх елементів. В цілому, зазначена складова характеризує можливість цілеспрямованого здійснення інноваційної діяльності, тобто визначає здатність системи на принципах комерційної результативності залучати ресурси для ініціювання, створення й поширення різного роду нововведень. Таким чином, внутрішню складову можна охарактеризувати через процеси створення й впровадження нового продукту, забезпечення взаємозв'язку новатора як з наукою, що надає прогресивні ідеї, так і ринком, що споживає готовий продукт, а також методи й способи управління інноваційним процесом. Зазначена складова є досить складною й

важливою, і тому для детального її аналізу окремі автори пропонують використовувати структурно-інституціональний і функціональний підходи. При цьому перший відокремлює структуру інноваційної діяльності з точки зору системи інституціональних суб'єктів, її здійснюючих, а також економічні зв'язки із зовнішніми для неї сферами – наукою й виробництвом, а другий – виявляє часові закономірності інноваційного процесу – виробництво інноваційного продукту, його обмін, розподіл, споживання й поновлення циклу інноваційного процесу, за яке й відповідає внутрішня складова інноваційного потенціалу.

Розкрита сутність всіх складових інноваційного потенціалу не буде достовірною при відсутності акценту на існуванні тісного взаємозв'язку й взаємозалежності між ними. Так, інноваційний потенціал можна представити як якусь єдину цілісність, утворену трьома цільовими векторами чинників (факторів), взаємообумовлених і спрямованих в одну точку простору.

При цьому, діючи в одному напрямку, зазначені складові дають поштовх до нових змін якісного й кількісного характеру (не що інше, як інновації), які, в свою чергу, безпосередньо впливають на них самих.

Реальним прикладом зазначеного може служити таке явище як дифузія інновацій. Так, застосування нового обладнання сприяє виготовленню нової продукції, що у свою чергу, при виході на ринок, є джерелом, фактором

подальших змін. Причому ефект від тиражування інновацій росте набагато швидше масштабів самого тиражу.

Тісний взаємозв'язок ресурсної, внутрішньої й результативної складових інноваційного потенціалу визначають необхідність виявлення на практиці їхнього оптимального співвідношення (виходячи з ролі й значимості, що вони відіграють у формуванні й розвитку потенціалу). Так, наприклад, незначна питома вага ресурсної складової, як правило, обумовлена превалюванням якісних змін над кількісними. При цьому обмеженість необхідних ресурсів часом і простором може бути повністю або

частково переборена інтенсифікацією їхнього використання, застосуванням нових методів організації процесу, пошуком нових джерел їхнього залучення. При цьому, мабуть, існує певна межа відхилення величини складових інноваційного потенціалу від оптимального рівня. Тобто подальша

зміна якого-небудь елемента спричиняє або зниження віддачі від нього самого, або зменшення ефективності функціонування інших елементів, тому що всі вони існують у системній єдності. Таким чином, проблема оптимізації структури інноваційного потенціалу є важливою, однак через свою складність вимагає окремого більш детального вивчення.

Структуру інноваційного потенціалу неможливо розглядати без інноваційної культури. Як бачимо, вона не входить безпосередньо в структуру інноваційного потенціалу, але є його важливою невід'ємною частиною. Під інноваційною культурою варто розуміти міру сприйнятливості організації (регіону, країни) до нововведень, досвід впровадження нових проєктів, політику менеджменту в області інновацій, ставлення персоналу (людей) до новацій. За участю інноваційної культури можна реально досягти в сфері конкретної економіки – прискорення й підвищення ефективності впровадження нових технологій і винаходів, у сфері управління – реальної протидії бюрократичним тенденціям, у сфері освіти – сприяння розкриттю інноваційного потенціалу особистості і його реалізації, в сфері культури –

оптимізації співвідношення між традиціями й оновленням, різними типами й видами культур.

Більш детально охарактеризувати досліджуваний об'єкт можна за допомогою виділення різних його видів, тобто, класифікувавши його. Однак відносно інноваційного потенціалу слід зазначити, що неоднозначність і складність даної категорії ускладнює виділення незалежних його видів і, таким чином, унеможливорює формування чіткої єдиної класифікації. Так, багато дослідників, насамперед, розрізняють явний (наявний, статичний) і прихований (можливий, динамічний) інноваційний потенціал. При цьому

перший характеризує безпосередньо ті ресурси й способи їхнього використання, якими володіє система в певний проміжок часу і в певній ситуації. Другий – приховану перспективу, закладену в ресурсах, тобто існуючі можливості.

Не менш важливим є поділ інноваційного потенціалу на такі три види як використовуваний, невикористовуваний і бажаний. Перший вид інноваційного потенціалу – це той, котрий фактично використовується системою для реалізації поставлених цілей. Другий – існуючий у прихованому вигляді, або явний, але з певних (об'єктивних або суб'єктивних) причин не включений у список конкурентних переваг, тобто так званий резерв. Третій – потенціал, рівень і склад якого за виділеними параметрами функціонування максимально наближений до оптимального, тобто свого роду ідеальний випадок.

Слід зазначити, що використання трьох класифікаційних ознак, розглянутих вище, дозволяє на практиці відокремити реальні можливості суб'єкта господарювання від перспективних.

У свою чергу інноваційний потенціал також можна розділити на орієнтований на людину і технікоорієнтований. Перший вид – це потенціал об'єкта (системи), у структурі якого людському капіталу віддається перевага при вирішенні різного роду завдань. Як правило, він характерний для молодих підприємств, що виходять на ринок. Ставлячи перед собою головну

мету закріпитися на ринку, вони в максимальній мірі активізують і реалізують можливості особистості (керівника-лідера, кадрового персоналу), використовуючи при цьому творчий підхід до вирішення проблем і демократичні методи управління. В свою чергу другий вид –

технікоорієнтований інноваційний потенціал – це потенціал об'єкта (системи), у структурі якого переважає матеріально-технічна складова, що використовує в якості головної конкурентної переваги різного роду упредметнені ресурси (включаючи інформацію, перетворену і матеріалізовану). Як правило, такий вид інноваційного потенціалу властивий

«старожилам» ринку інновацій, які, маючи достатній досвід і фінансові можливості, протистоять конкуренції, насамперед, шляхом активізації наявних матеріальних ресурсів.

Релевантний інноваційний потенціал – це потенціал, можливості якого відповідають умовам досягнення бажаних цілей, виконуваних функцій, умовам ефективного функціонування. У свою чергу, нерелевантний – потенціал, якісні й кількісні характеристики якого не відповідають умовам досягнення поставлених цілей, виконуваних функцій, умовам ефективного функціонування. Останній випадок адекватний стану, коли в наявності невідповідність «амбіції й амуниції».

Отже, існують різні підходи до трактування поняття інноваційного потенціалу, його структури та класифікації. Одні автори роблять наголос на наявності ресурсів, інші на можливості їх використання. Але більшість керується так званим ресурсним підходом, тобто представляють інноваційний потенціал як сукупність ресурсів.

Згідно з Законом України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» інноваційний потенціал – сукупність науково-технологічних, фінансово-економічних, виробничих, соціальних та культурно-освітніх можливостей країни (галузі, регіону, підприємства тощо), необхідних для забезпечення інноваційного розвитку економіки.

Нід інноваційним потенціалом підприємства у загальному вигляді розуміються сукупність усіх наявних матеріальних і нематеріальних активів підприємства, що використовуються в процесі здійснення інноваційної діяльності. Він містить всі ресурси, що здатні забезпечити досягнення конкурентних переваг підприємства з використанням інновацій. На розмір інноваційного потенціалу підприємства впливають різні фактори (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Основні фактори, які перешкоджають або сприяють інноваційній діяльності на підприємстві

Фактори сприяння	Система факторів	Обмежувальні фактори
Наявність необхідного наукового потенціалу, технічної бази, фінансових ресурсів, вивчення потреб ринку, контроль якості продукції, розвиток технологічної інфраструктури, наявність резерву капіталу і ресурсів, інноваційні стратегії	Техніко-економічні	Слабкість матеріальної та науково-технічної бази; домінування традиційного виробництва, недостатність коштів для ризикових проектів, застаріла техніка і технологія, орієнтація на поточні короткострокові цілі
Гнучкість організаційних структур, децентралізація, автономія, формування творчих цільових груп; оперативність у впровадженні нововведень, кваліфікований маркетинг, заінтересованість вищого керівництва в нововведеннях	Організаційно-управлінські	Висока централізація і консервативність, ієрархічних принципів організаційної структури; відсутність інноваційної стратегії, складність узгодження інтересів учасників інноваційного процесу; байдужість менеджерів до нововведень; повільність у розробленні і впровадженні інновацій
Можливість швидко одержувати необхідну інформацію; придбання ліцензій, патентів, ноу-хау, визнання цінних інноваційних ідей персоналу; постійне поповнення інформаційного	Інформаційно-комунікативні	Недостатня інформація про інновації та джерела їх розроблення і розповсюдження; відсутність достатнього захисту всіх видів власності на інформаційні ресурси; недостатній обмін

фонду підприємства; правильний вибір інформаційних каналів, розширення горизонтальних потоків інформації		інформацією для управління інноваціями, замкнутість і обмеженість міжгалузевих зв'язків
--	--	--

НУБІП України

Продовження таблиці 1.3

Забезпечення можливості самореалізації працюючих, заохочення творчої праці; увага кадровій політиці і трудовим відносинам, моральне заохочування і суспільне визнання, сприятливий психологічний клімат у колективі	Соціально- психологічні	Стереотипи поведінки; страх, побоювання покарань за невдачу, опір усьому новому, що надходить зовні, збільшення невизначеності, зміна особистого статусу
Державна підтримка інноваційної діяльності, законодавче заохочення в підприємстві	Правові	Антимонopolне, податкове, патентно-ліцензійне та кредитне обмеження

Для того щоб підприємство вважалось зорієнтованим на інноваційну діяльність, воно має відповідати низці критеріїв інноваційності. Дехто з авторів пропонує різний набір таких параметрів, але, на нашу думку, найповніший їх перелік дав О. Длугопольський. Представимо запропоновані ним параметри у вигляді таблиці, доповнивши їх деякими показниками (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Комплекс параметрів інноваційності підприємства

Вид параметру	Показники, що характеризують (входять у) параметр
Параметри наукомісткості виробництва	- чисельність науково-технічних кадрів у загальній кількості зайнятих (не менш як 15%); - річний приріст витрат на НДДКР; - обсяг фактично проведених і нормативних витрат на НДДКР (не менш як 5% обсягу продукції); - обсяг витрат на оплату праці, послуг суб'єктів інноваційної інфраструктури щодо маркетингу, реклами, підготовки кадрів; - частка прибутку, спрямована на НДДКР (не менш як 5%)

Параметри якості й конкурентоспроможності продукції	- якість і диференціація продукту; - чисельність каналів постачання й збуту готової продукції; - частка ринку, його структура; - обсяг витрат на проведення випробувань, сертифікацію продукції, строк чинності дії сертифікатів
Параметри техніко-економічного рівня продукції	- відповідність товарів національним і світовим стандартам; - фондоозброєність; - середній життєвий цикл інновацій (не більш як 3 роки); - наявність у складі промислової продукції принципово нових товарів, які не випускаються іншими підприємствами

Продовження таблиці 1.4

Параметри оновлення продукції (технології)	- частка принципово нової продукції у загальному обсязі виробництва (не менш як 10%); - частка науково-технічних витрат у собівартості виробів (не менш як 30%); - коефіцієнт оновлення продукції (не менш як 5% на рік); - наявність технологічних інновацій (нових технологічних процесів); - співвідношення інновацій-продуктів та інновацій-процесів (не менш ніж 2:1)
Параметри експортоспроможності продукції, виробництва	- питома вага виробів, що знаходять збут за кордоном; - обсяги зарубіжних ринків, їх сегментація; - частка виробів, реалізованих за ВКВ

Оптимальні параметри підприємства за напрямками інноваційної діяльності приведені в табл. 1.5.

Таблиця 1.5
Оптимальні параметри підприємства за напрямками інноваційної діяльності

1. Рівень новизни	1.1. Радикальні (впровадження відкриттів, винаходів, патентів) 1.2. Ординарні (ноу-хау, раціоналізаторські пропозиції)
2. Стадія життєвого циклу товару, на якій впроваджується інновація	2.1. Дослідження та розробки 2.2. Виробництво 2.3. Спад
3. Сфера застосування	3.1. Технологічні 3.2. Виробничі 3.3. Економічні 3.4. Соціальні 3.5. В галузі управління
4. Характер задоволення потреб	4.1. Орієнтовані на існуючі потреби 4.2. Орієнтовані на формування нових потреб
5. Міра новизни	5.1. Нові у світі 5.2. Нові в країні

	5.3. Нові в галузі 5.4. Нові для підприємства
6. Темпи здійснення	6.1. Швидкі 6.2. Уповільнені 6.3. Такі, що нарощуються 6.4. Рівномірні 6.5. Стрибкоподібні
7. Масштаби здійснення	7.1. Трансконтинентальні 7.2. Транснаціональні 7.3. Регіональні 7.4. Міжорганізаційні 7.5. Внутрішньоорганізаційні

Продовження таблиці 1.5

8. Цільова ознака	8.1. Інновації у кризовий момент, тобто кризові інновації 8.2. Інновації розвитку
9. Вид ефекту, отриманого в результаті впровадження інновацій	9.1. Економічний 9.2. Соціальний 9.3. Екологічний 9.4. Технологічний

В залежності від ставлення підприємств до інноваційної активності можливо виділити типи підприємств, кожний з яких має певні риси (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

Типи підприємств по їх відношенню до інноваційної активності

Першопрохідницький	Адаптивний	Протекціоністський	Зважений	Реактивний
Молоді підприємці	Побудовано на внутрішніх силах	Формалізованість	Матрична або дивізійна структура	Немає чіткого характеру
Нові продукти і технології	Ясні і прості цінності	Готовність до ризику	Обережність у розробках	Постійна імітація
Готовність до ризику	Поєднання гнучкості і міцності	Вартісна орієнтація	Менеджери різних типів	–
Управління замкнутим колом осіб	Довгострокові цілі	Об'єднана управлінська команда	–	–
Неформальність	Єдність через «промивання мозків»	Вплив персоналу	–	–
Змінюваність персоналу	–	–	–	–

Таким чином, важливою ознакою інноваційної активності підприємств є їх здатність адаптуватися до внутрішніх змін та зовнішнього впливу. Інноваційний розвиток підприємства здійснюється на засадах відповідної стратегії, що ґрунтується на інноваційному потенціалі розроблених і

НУБІП України

освоєних інновацій з урахуванням впливу зовнішнього середовища, ефективність інноваційної стратегії підприємства залежить від якості інформації, отриманої із зовнішнього середовища та від аналізу внутрішнього стану.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «МИРОНІВСЬКИЙ ХЛІБОПРОДУКТ» ТА ЙОГО ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ

2.1. Організаційно-економічна характеристика ПрАТ

«Миронівський хлібопродукт»

ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» – належить до найбільших виробників та експортерів сільськогосподарської продукції в Україні.

Засноване Приватне акціонерне товариство «Миронівський хлібопродукт» у 1998 році. ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» (далі ПрАТ «МХП») – це вертикально-інтегрований холдинг, із закритим циклом виробництва та переробкою. Основні види продукції, що представлені на ринку України наведено на рисунку 2.1.

З 15 травня 2008 року акції ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» котируються на Лондонській фондовій біржі. ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» займається: розведенням птиці, виробництво курятини. В 2002 році створена торгова марка «Нашої Ряби».

В 2005 році відбулося злиття і до групи МХП входить ПрАТ «Зернопродукт», яке займається вирощуванням кукурудзи, пшениці, ячменю і соняшнику. Входить ТОВ «Катеринопільський елеватор», комбикормовий завод для зберігання зернових культур. Входить ТОВ «Черкаський завод залізобетонних виробів», для виробництва бетонних панелей.

В 2006 році створення материнської компанії МНР. S.A. холдингу і реєстрація її у Люксембурзі. Закінчили будівництво та ввели в експлуатацію першого в Україні заводу з виробництва м'ясних напівфабрикатів – Миронівського м'ясопереробного заводу «Легко» (ТМ «Легко!»). До складу компанії з цього року також входять такі підприємства, як Науково-виробнича фірма «Урежай», основним напрямом діяльності якої є вирощування сільськогосподарських культур (озимі зернові, кукурудза, соняшник).

В 2008 році вперше розміщені акції на Лондонській фондовій біржі, і ПрАТ «МХП» стає першою аграрною компанією, що провела лістинг на фондовій біржі.

В 2010 році починається будівництво Вінницької птахофабрики (м. Ладижин). Планова сумарна потужність підприємства – 440 тис. тонн м'яса курей на рік. Після введення в експлуатацію всіх виробничих ліній це буде найбільше підприємство такого профілю в Європі та одне з найбільших у світі.

В 2011 році розроблений проекту «Біогаз», що несе в собі зменшення енергетичної залежності, оскільки станція буде працювати на курячому посліді на ПрАТ «Оріль-Лідер».

В 2018 році агроіндустріальний холдинг МХП увійшов до ТОП-10 кращих роботодавців країни. У більшості номінацій рейтингу кращих роботодавців МХП – єдина компанія, що представляє український аграрний сектор, поряд із такими міжнародними компаніями, як Ernst & Young, Deloitte, Procter & Gamble, Microsoft, Metro. Рекламна кампанія соціальної місії програми «МХП СТАРТ» – фіналіст номінації «Корпоративна репутація» престижної міжнародної премії в галузі реклами та брендингу «Effie Awards Ukraine 2018».

В 2019 році придбання словенської вертикально інтегрованої компанії Perutnina Ptuj, що вирощує бройлерів в Словенії, Хорватії, Сербії, Боснії і Герцеговині. збільшити обсяги продажів в Словенії, Сербії, Хорватії, Боснії і Герцеговині. Perutnina Ptuj – вертикально інтегрована компанія. Здійснює господарську діяльність в 22 країнах.

Аналіз господарської діяльності підприємства передбачає оцінку підприємства з дослідженням економічних процесів та їх обґрунтування, виявлення як позитивних, так і негативних тенденцій розвитку підприємства та узагальнення досліджень.

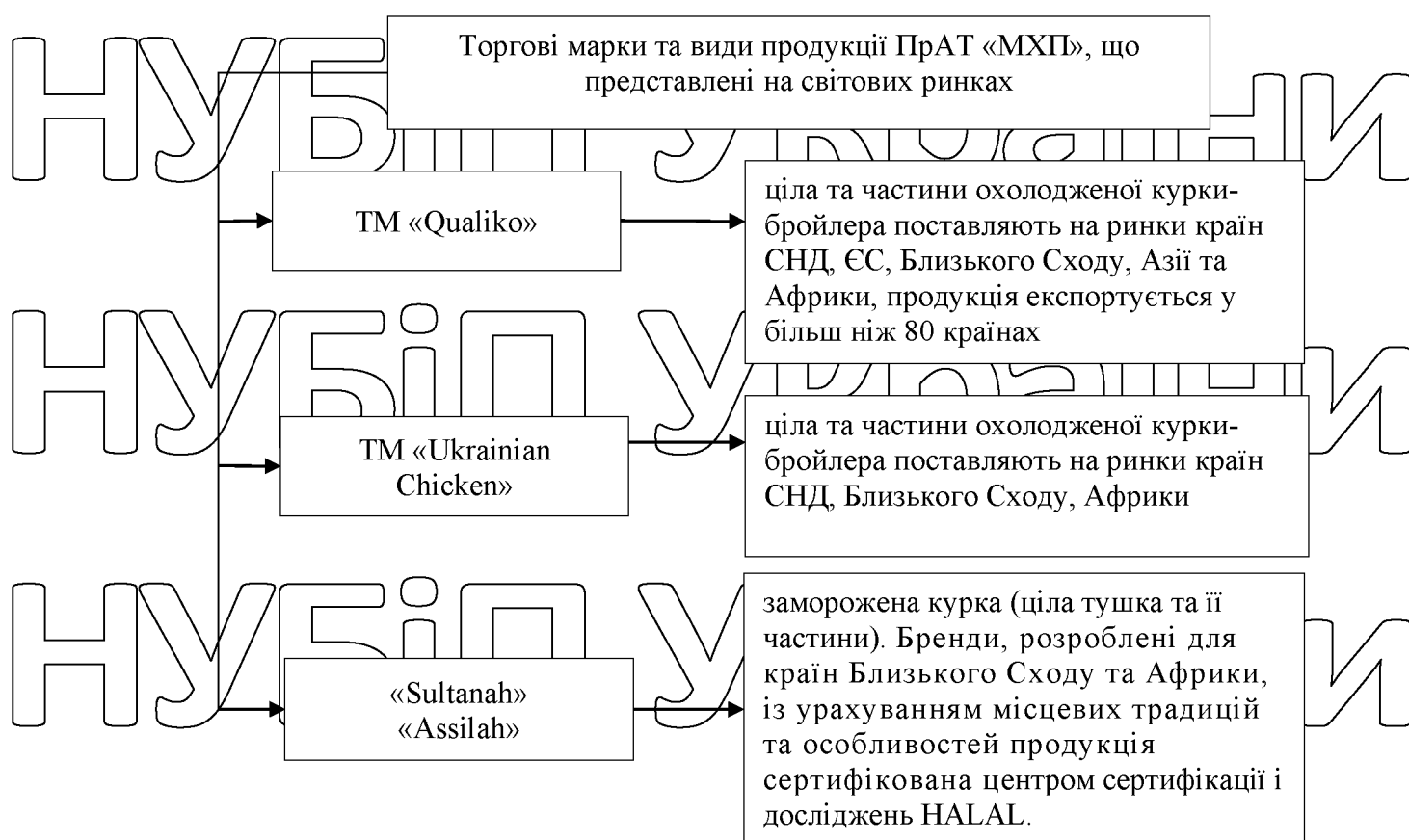
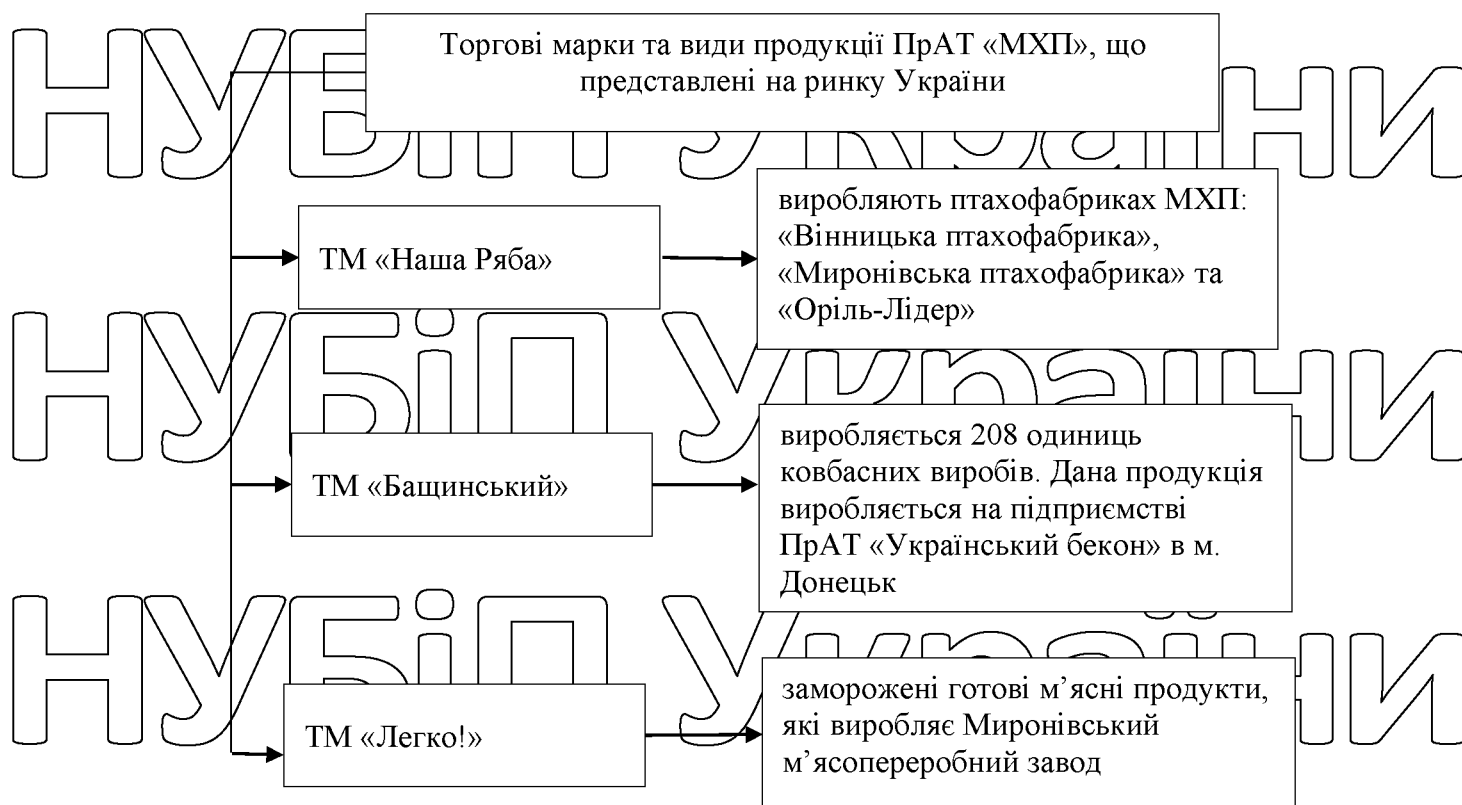


Рис. 2.1. Основні торгові марки та види продукції ПрАТ «Миرونівський хлібопродукт»

Н Під час дослідження ми визначимо причинний зв'язок кожного фактору. Зміст аналізу господарської діяльності – визначення основних причинно-наслідкових тенденцій розвитку підприємства, визначення динаміки основних складових елементів, які розвивають підприємство.

Н Саме поняття «аналіз» означає детальне роз'яснення певного явища, чи предмета, якоїсь складової різних показників. Тобто це не тільки розуміння показників з яких елементів вони складаються, а й розуміння і дослідження факторів від чого дані показники впливають, що призводить до збільшення чи зменшення показника і т.д.

Н Основними завданнями аналізу господарської діяльності є:
– визначення закономірностей та тенденцій економічних явищ на підприємстві;

– оцінка фінансових показників;
– наведення причин такого стану показників та наведення можливих рішень для вирішення проблем;

– виявлення внутрішніх резервів покращення ситуації на підприємстві;

– вивчення характеру діяльності підприємства за тенденцією до змін можна проглянути що використовувало підприємство для покращення ситуації на ПрАТ «Миронівський хлібопродукт».

Н Загальний земельний банк ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» становить 370 тис. га, що дозволяє виробляти понад 2,5 млн тонн зерна та олійних культур на рік. Частина врожаю (кукурудза, фуражна пшениця, соняшник, соя) використовується для виготовлення власних комбікормів, частина – на продаж.

Н Основні напрямки виробництва ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» наступні: зернові, олія, рендерінг, молоко, велика рогата худоба, комбікорм (табл. 2.1).

До складу МХП входять:

- три заводи з переробки соняшника;
- один завод з переробки сої.

Таблиця 2.1

Обсяги виробництва продукції для продажу ПрАТ «Миронівський
хлібопродукт» в 2020 році

Група товарів	Номенклатура	Річний об'єм виробництва до продажу, м т
Рослинні олії	Сира соняшникова олія/нерафінована	350000
	Сира соняшникова олія високоолеїнова	10000
	Сира соєва олія гідратована	50000
Зернові та олійні	Кукурудза	600000
	Пшениця	200 000
	Ріпак	150000
	Соя	50000
Рендерінг та продукти переробки	Куряче м'ясокісткове, кров'яне, пір'яне борошно	45000
	Курячий жир	Внутрішнє споживання для біопалива
	Лушпиння соняшникове	60000
	Оболонка соєва	10000
Молоко та ВРХ	Молоко	55000
	ВРХ, голів	10000
Комбікорм	Згідно номенклатури	50000

Внаслідок переробки отримують протеїн (соєвий шрот та соняшкову макуху), рослинні олії (соєва та соняшникова) та лушпиння. Протеїни використовуються у виробництві комбікорму, рослинні олії та лушпиння йдуть на продаж. Загальна виробнича потужність заводів становить 1,6 млн тон корму на рік для годівлі птиці, крім того, частина комбікорму пропонується покупцям через власні магазини та дистриб'юторів.

На забійних цехах МХП відбувається рендерінг залишків виробництва курятини, продуктами якого є тваринні протеїни і жири. Дані продукти реалізуються покупцям як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках. М'ясокісткове, кров'яне, пір'яне борошно широко використовується в індустрії кормів для домашніх тварин та аквакультур. Курячий жир використовується як джерело енергії в кормах або у виробництві біодизелю.

Приватне акціонерне товариство МХП – одне з найбільших агропромислових компаній України, що має виробничі активи в Нідерландах, Словенії, Словаччині та дистрибуційний офіс в ОАЕ. Холдинг володіє

брендами «Наша Ряба», «Qualiko», «Легко!», «Башинський», «Ukrainian Chicken». Компанія складається з 11 дистрибуційних центрів (хабів) у великих містах країни. Продукція компанії представлена в 80 країнах.

Компанія випустила акції і має лістинг на світових біржах, включаючи LON (як MHPC) і NASDAQ (MHPSY), а з 2019 року— дозволений обіг акції на території України.

МХП – вертикально інтегроване об'єднання, контролює повний виробничий цикл отримання товарного м'яса курки. Вирощує зерно для виробництва комбікормів; виготовляє корми для своїх птахофабрик з вирощування батьківського поголів'я і фабрик з виробництва м'яса птиці.

На ПРАТ МХП існує три види діяльності

– рослинництво (вирощування кукурудзи, пшениці, соняшника, ріпаку), виробництво кормів та соняшникової олії;

– птахівництво і супутні виробництва (виробництво охолодженої курятини, продуктів швидкого приготування);

– інші сільськогосподарські операції (виготовлення свіжої яловичини преміум класу, ковбасних виробів і копченини, фруктів).

2.2. Аналіз використання ресурсів підприємства

Проаналізуємо активи підприємства, адже вони є основою діяльності, адже це ресурси підприємства, які воно контролює в результаті минулих подій і використання цих ресурсів призведе до збільшення економічних вигід

в майбутньому. Розглянемо динаміку активів підприємства за 2018-2020 рр. у таблиці 2.2.

Активи – це власність підприємства, завдяки якій отримується дохід та прибуток. Необоротні активи підприємства – це сума матеріально-фінансових ресурсів, що використовуються в його господарській діяльності у своїй формі тривалий час (більше року). Оборотні активи – грошові кошти та їх еквіваленти, що обслуговують господарську діяльність, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання протягом операційного

циклу чи протягом не більше року з дати балансу. Значну частку оборотних активів на підприємствах складають запаси і можуть складати дебіторська заборгованість.

Таблиця 2.2

Активи ПрАТ «Миронівський хлібопродукт»

Види активів	2018	2019	2020	Відхилення			
				Абсолютне (тис. грн)		Відносне, %	
				2019 до 2018	2020 до 2019	2019 до 2018	2020 до 2019
1. Необоротні активи	9505557	21742872	20680717	12237315	-1062155	228,74	95,11
Нематеріальні активи	13885	22602	49948	8717	27346	162,78	220,99
Основні засоби	7482003	20154697	16272158	12672694	-3882539	169,38	80,74
2. Оборотні активи	22128570	24984951	13088076	2856381	-11896875	112,91	52,38
Активи – всього	31634127	46727823	33768793	15093696	-12959030	147,71	72,27

Приріст активів є свідченням покращення економічної діяльності підприємства, його впливу та частки на ринку. В 2019 році дійсні ресурси підприємства зросли на 15093696 тис. грн., або на 47,71%. Це відбулося в переважній більшості за рахунок збільшення складових необоротних активів, їх вартість зросла на 128,74%, особливо основних засобів (169,38%) та нематеріальних активів – 62,78%, це означає, що відбувається економічне зростання і підвищення активності на ринку.

В 2020 році вартість активів зменшилася на 27,73% або на 12959030 тис. грн. Це відбулося за рахунок зменшення вартості оборотних активів на 11896875 тис. грн. або 47,72% та основних засобів відповідно на 3882539 тис. грн. або на 19,26%. Але спостерігається значне збільшення вартості нематеріальних активів на 27346 тис. грн. або на 120,99 відсоткових пункти.

Проаналізуємо структуру активів підприємства за допомогою показників таблиці 2.3.

Аналіз показників таблиці 2.3 показав, що структура активів за досліджуваний період зазнала значних змін. Зокрема, питома вага необоротних активів за останні три роки збільшилася в 2 рази. В 2028 році їх

частка в загальній вартості активів становила 30,05%, в 2020 році збільшилася до 61,24%. Відповідно, питома вага оборотних активів зменшилася і в 2020 році склала 38,76% проти 69,95% в 2018 році, це пояснюється введення в експлуатацію в 2019 році нового елеватора та виробничої лінії.

Таблиця 2.3
Структура активів ПрАТ «Миронівський хлібопродукт»

Види активів	Роки					
	2018	Питома вага	2019	Питома вага	2020	Питома вага
1. Необоротні активи	9505557	30,05	21742872	46,53	20680717	61,24
Нематеріальні активи	13885	0,15	22602	0,1	49948	0,15
Основні засоби	7482003	78,71	20154697	92,7	16272158	48,19
2. Оборотні активи	22128570	69,95	24984951	53,47	13088076	38,76
Активи всього	31634127	100	46727823	100	33768793	100

Проаналізуємо показники стану, руху та ефективності використання основних засобів на підприємстві (табл. 2.4 та 2.5).

Показники стану та руху основних засобів показують технічний стан та переміщення засобів праці, використовують для розуміння ситуації на підприємстві та прогнозування майбутніх змін.

З інформації, поданій в таблиці 2.4, можна зробити висновки, що в акціонерному товаристві відбувається оновлення основних засобів, оскільки коефіцієнт введення досить високий, особливо у 2018 році він перевищує 1 і становить 1,020, у 2019 році – 0,179, у 2020 році – 0,270 відповідно. Але, ми не можемо говорити про погіршення цього показники, адже високе його значення в 2018 році, пов'язане з придбанням основних засобів для виробничої лінії у м. Вінниця, на ТОВ «Вінницька птахофабрика». Представлені в таблиці 2.4 показники зносу і придатності свідчать, що основні засоби на підприємстві знаходяться в задовільному стані є досить сучасними, адже коефіцієнт придатності перевищує коефіцієнт зносу. За

досліджуваний період, дані показники майже не змінилися і можна сказати, що на підприємстві 30% основних засобів зношених, а 70% – придатні, що свідчить про високі технічні можливості підприємства для здійснення своєї діяльності.

Таблиця 2.4

Показники стану основних засобів ПАТ «Миронівський хлібопродукт» за 2018-2020 рр.

Показники	Роки			абсолютне відхилення		відносне відхилення	
	2018	2019	2020	2019 до 2018	2020 до 2019	2019 до 2018	2020 до 2019
	Первісна вартість на початок року	10764311	25383571	22912754	14619260	-2470817	235,81
Знос основних засобів	3282308	5228874	6640596	1946566	1411722	159,30	127,0
Надійшло у звітному році	25900255	5269914	3568715	-20630341	-1701199	20,35	67,72
Вибуло в звітному році	11280995	1141485	13281121	-10139510	12139636	10,12	1163,5
Первісна вартість на кінець року	25383571	29512000	13200348	4128429	-16311652	116,26	44,73
Коефіцієнт введення	1,020	0,179	0,270	-0,842	0,092	17,55	150,84
Коефіцієнт вибуття	1,048	0,045	0,580	-1,003	0,535	4,29	1288,9
Коефіцієнт приросту	1,358	0,163	-0,424	-1,195	-0,587	12,00	-260,12
Коефіцієнт зносу	0,30	0,21	0,29	-0,099	0,084	70,00	138,10
Коефіцієнт придатності	0,70	0,79	0,71	0,099	-0,084	112,8	89,87

Економічна ефективність функціонування основних засобів є складовою частиною результату використання всіх виробничих ресурсів комбінату. Визначаючи економічну ефективність використання основних засобів, використовують систему натуральних і вартісних показників, а також співвідношення темпів зростання випуску продукції і темпів зростання

обсягів основних засобів, фондоозброєності праці та її продуктивності та ін. Розглянемо детальніше ці показники у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Показники ефективності використання основних засобів ПрАТ

«Миронівський хлібопродукт» в 2018-2020 рр.

Показники	Роки		Відхилення				
	2018	2019	2020	Абсолютне (тис. грн.)		Відносне, %	
				2019 до 2018	2020 до 2019	2019 до 2018	2020 до 2019
Чистий дохід, тис. грн.	12724865	17849182	34464262	5124317	16615080	140,27	193,09
Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	13818350	21513050,5	13932341,5	7694701	-7580709	155,68	64,76
Середньооблікова чисельність персоналу основної діяльності, осіб	3225	3433	3627	208	194	106,45	105,65
Віддача основних засобів, грн/грн	0,92	0,83	2,46	-0,09	1,63	90,22	296,39
Місткість основних засобів, грн/грн	1,09	1,21	0,4	0,12	-0,81	111,01	33,06
Озброєність праці основними засобами, тис. грн/особу	4284,76	6266,55	3841,29	1981,79	-2425,26	146,25	61,30

Аналіз динаміки ефективності використання основних засобів (табл. 2.5) дозволяє зробити висновок, про високий рівень значення показника віддачі основних засобів у 2020 році, він зріс майже в три рази порівняно з 2018 роком і становить – 2,42 грн. Відповідно, обернений показник до віддачі – місткість основних засобів, за досліджуваний період зменшилася. В 2019 році озброєність праці основними засобами порівняно з 2018 роком збільшилась на 46,3%, а в 2020 році зменшилась на 38,7%, оскільки

зменшилась середньорічна вартість основних засобів та збільшилася кількість працівників.

Оборотні активи забезпечують операційну діяльність є більш мобільні порівняно з основними засобами. За умов звичайної господарської діяльності вони безперервно здійснюють кругообіг, знаходячись на стадії виробництва, то у сфері обігу, змінюючи при цьому свою форму у відносно короткий термін.

Ефективність використання оборотних активів на підприємстві має важливе значення, оскільки здійснює значний вплив на загальну ефективність всієї сукупності засобів, які є в розпорядженні підприємством.

Вивчення структури оборотних активів має важливе значення для розробки напрямків поліпшення їх використання. Аналіз структури оборотних активів дає змогу виявити резерви удосконалення виробництва, економії сировини і матеріальних ресурсів, прискорення обертання оборотного капіталу заводу.

Розглянемо склад оборотних активів на ПрАТ «МХП» за 2018-2020 роки за допомогою показників таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Динаміка оборотних активів ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» за 2018-2020 роки, тис. грн

Найменування показника	2018	2019	2020	Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
				2019 до 2018	2020 до 2019	2019 до 2018	2020 до 2019
Запаси:	1364314	1909386	636 092	545072	-1273294	71,45	300,17
виробничі запаси	76213	57172	207 023	-19041	149 851	33,30	27,62
незавершене виробництво	97384	106097	31 003	8713	-75094	91,79	342,22
готова продукція	7761	4546	19 744	-3215	15 198	170,72	23,02
товари	1182956	1741571	378 322	558615	-1363249	67,92	460,34
Дебіторська заборгованість:	14882360	15584701	11537142	702341	-4047559	95,49	135,08
дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	4 661 467	6513284	3 661 221	1851817	-2852063	71,37	177,90

Продовження таблиці 2.6

дебіторська заборгованість за розрахунками	2 085 184	1 050 750	2 251 603	-1 034 434	1 200 853	198,45	46,67
інша поточна	8 183 008	8 020 667	5 624 318	-1 623 41	-2 396 349	102,02	142,61
Грошові кошти та їх еквіваленти	830 397	1 291 641	704 950	461 244	-586 691	64,29	183,22
Готівка	40	60	85	20	25	66,67	70,59
Витрати майбутніх періодів	490 848	600 746	-	1 098 930	-	81,71	-
Інші оборотні активи	143 013	191 807	209 892	48 794	18 085	74,56	91,38
Оборотні активи – всього	22 128 570	24 984 951	13 088 076	2 856 381	-11 896 875	88,57	190,90

Аналіз показників таблиці 2.6 дозволяє зробити висновки, вартість оборотних активів на ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» збільшилася в 2020 році порівняно з 2019 роком на 90,9% і склала – 13 088 076 тис. грн. Це

відбулося за рахунок збільшення майже всіх складових оборотних активів.

Зокрема вартість запасів зросла в тричі, збільшилася дебіторська заборгованість на 77,90%, позитивним моментом є збільшення найліквіднішої складової оборотних активів – грошових коштів та їх еквіваленти на 83,22%.

Дослідимо склад та структуру оборотних активів ПрАТ «МХП» за допомогою показників таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Структура оборотних активів ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» за

2018-2020 роки

Показники	2018 р.		2019 р.		2020 р.	
	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %
Запаси:	1364314	6,17	1909386	7,64	636 092	4,86
виробничі запаси	76213	0,34	57172	0,23	207 023	1,58
незавершене виробництво	97384	0,44	106097	0,42	31 003	0,24
готова продукція	7761	0,04	4546	0,02	19 744	0,15
товари	1182956	5,35	1741571	6,97	378 322	2,89
Дебіторська заборгованість:	14882360	67,25	15384701	62,38	11537142	88,15

Продовження таблиці 2.7

дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	4661467	21,07	6513284	26,07	361221	27,97
дебіторська заборгованість за розрахунками	2085184	9,42	1050750	4,21	2251603	17,20
інша поточна	8183008	36,98	8020667	32,10	5624318	42,97
Грошові кошти та їх еквіваленти	830397	3,75	1291641	5,17	704950	5,39
Готівка	40	0,00	60	0,00	85	0,00
Витрати майбутніх періодів	4908486	22,18	6007416	24,04	-	-
Інші оборотні активи	143013	0,65	191807	0,77	209892	1,60
Оборотні активи – всього	22128570	100,0	24984951	100,0	13088076	100,00

За останні три роки (табл. 2.7) структура оборотних активів майже не змінилася. Найбільшу питому вагу займає дебіторська заборгованість, сумарно її частка в 2020 році становить – 88,15% від вартості всіх оборотних засобів. Це є свідчення того, що підприємство невчасно отримує кошти від покупців і замовників за поставлені продукцію та товари, надані послуги.

За досліджуваний період в структурі відбули і позитивні зміни, зокрема збільшилася частка найліквідніших активів – грошових коштів і їх еквівалентів з 3,75% в 2018 році до 5,39% в 2020 році, зменшилася частка запасів з 6,17% до 4,86% відповідно.

В цілому структура оборотних активів на підприємстві не порушена, для більш глибокої характеристики оборотного капіталу проаналізуємо показники ефективності оборотних коштів, за допомогою коефіцієнтів та індикаторів у таблиці 2.8.

За даними таблиці 2.8 можна стверджувати, що підприємство за досліджуваний період ефективно використовує оборотні засоби, оскільки всі показники значно покращилися.

Коефіцієнт оборотності показує скільки обертів можуть заробити оборотні кошти за розрахунковий період. То ж ми бачимо, що показник з кожним роком зростає, на кожну гривню залучених коштів було надано послуг на суму 0,54 гривень у 2018 році, в 2019 р – вже 0,94, а у 2020 році 2,29, що на 143,95% більше ніж у 2018 році.

Таблиця 2.8

Ефективність використання оборотних активів ЦРАТ «Миронівський хлібопродукт»

Показники	Роки			Абсолютне (тис. грн.)		Відносне, %	
	2018	2019	2020	2019 до	2020 до	2019	2020
				2018	2019	до 2018	до 2019
Реалізована продукція, тис. грн	12724865	17849182	34464262	5124317	16615080	140,27	193,09
Середньорічні залишки ОК, тис. грн	23556751	19036514	15065829	-4520237	-3970685	80,81	79,14
Коефіцієнт оборотності	0,54	0,94	2,29	0,40	1,33	174,07	243,62
Коефіцієнт завантаження	1,85	1,07	0,44	-0,78	-0,63	57,84	41,12
Термін оборотності	666	384	157	-282	-227	57,66	40,89

Коефіцієнт завантаження показує скільки оборотних коштів підприємства припадає на 1 гривню реалізованої продукції. Це обернений показник до коефіцієнта оборотності, і при позитивних змінах повинен зменшуватись, що ми і бачимо у таблиці. Порівнюючи 2020 та 2019 рр., показник зменшився на 59,01%.

Термін оборотності показує тривалість одного обороту оборотних коштів. Зрозуміло, чим менше, тим краще, що ми і маємо. У 2018 році показник становив 666 днів, потім на 282 дні зменшився і став 384 дні, а потім взагалі зменшився на 59,01% і становив 157 днів в 2020 році. Це означає, що кількість оборотів оборотних коштів значно виросли, тобто оборотні кошти краще використовуються в господарському обороті.

2.3. Оцінка фінансового стану підприємства

Здійснення ефективної діяльності підприємства в сучасних умовах господарювання базується на створенні сучасної системи інформаційно-аналітичного забезпечення управління фінансово-господарською діяльністю, складовими якої є облік, аналіз і контроль фінансово-господарських операцій, процесів і явищ. В умовах зростання конкуренції в глобальних масштабах, кількості загроз, кризових явищ в економіці та політичної кризи для вітчизняних підприємств на перший план виходить отримання позитивного фінансового результату їх діяльності.

Фінансовий аналіз – це сукупність методичних прийомів дослідження фінансових відносин суб'єктів господарювання, обумовлених об'єктивними і суб'єктивними факторами, які знаходять відображення у фінансовому обліку і звітності.

Одними із найважливіших показників, що характеризуються фінансовий стан підприємства є ліквідність та платоспроможність. Платоспроможність – це можливість підприємства наявними грошовими ресурсами своєчасно погасити свої строкові зобов'язання. Ліквідність, у загальному розумінні, означає здатність цінностей легко перетворюватися в гроші, тобто в абсолютно ліквідні засоби. Поняття платоспроможності та ліквідності підприємства дуже близькі, але друге є більш містким: від ступеня ліквідності залежить платоспроможність.

Підприємство, поточний капітал якого складається переважно із грошових коштів, короткострокової дебіторської заборгованості, як правило, вважається більш ліквідним, ніж підприємство, поточні активи якого складаються переважно із запасів. Проаналізуємо показники ліквідності і платоспроможності досліджуваного підприємства за допомогою даних наведених в таблиці 2.9.

Показники, що характеризують платоспроможність та ліквідність підприємства за досліджуваний період погіршилися, оскільки їх абсолютне значення зменшилося. Дані показники аналізують, як в динаміці та і методом порівняння з нормативними значеннями. Відповідно до інформації поданій в

таблиці 2.9 в 2020 році порівняно з 2018 роком всі коефіцієнти зменшилися в середньому на 34%.

Таблиця 2.9

Динаміка показників ліквідності та платоспроможності ПрАТ

«Миронівський хлібопродукт»

Показники	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2018	2019	2020	2019 / 2018	2020 / 2019	2019 / 2018	2020 / 2019
Коефіцієнт загальної ліквідності (коефіцієнт покриття)	0,914	0,806	0,521	-0,108	-0,285	88,18	64,64
Коефіцієнт швидкої (поточної) ліквідності	0,67	0,74	0,50	0,07	-0,24	110,45	67,57
Коефіцієнт абсолютної (строкової) ліквідності	0,005	0,042	0,028	0,037	-0,014	840,00	66,67

Також, коефіцієнт ліквідності, що характеризує достатність обігових коштів для погашення зобов'язань зменшився на 35,36% в 2020 році проти 2019 року і його значення значно менше за нормативне 1(1,5). Коефіцієнт швидкої ліквідності, який показує яка вартість найбільш ліквідних активів припадає на одиницю термінових зобов'язань. Даний показник зменшився на 32,43%, але знаходиться в межах нормативного значення 0,5 – 0,8.

Коефіцієнт абсолютної (строкової) ліквідності характеризує здатність підприємства негайно погашати короткострокові зобов'язання, даний показник занижений в ПрАТ «МХП», у 2018 році – 0,005, у 2019 році – 0,042, у 2020 році – 0,028. Наступним кроком буде визначення показників фінансової стійкості, які наведені у таблиці 2.10.

Показники ділової активності проаналізуємо за допомогою даних, які наведемо у таблиці 2.10.

Таблиця 2.10

Показники ділової активності на ПрАТ «Миронівський хлібопродукт»

Показники	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2018	2019	2020	2019 / 2018	2020 / 2019	2019 / 2018	2020 / 2019
Коефіцієнт обертання активів	1,69	0,38	1,02	-1,31	0,64	22,49	268,42
Коефіцієнт обертання оборотних активів	2,22	0,714	2,63	-1,506	1,916	32,16	368,35
Тривалість обороту оборотних активів	162,28	503,92	136,71	341,64	-367,21	310,53	27,18
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	2,15	1,15	2,99	-1	1,84	53,49	260,00
Тривалість обертання дебіторської заборгованості	167,54	314,33	120,51	146,79	-193,82	187,61	38,34
Коефіцієнт оборотності запасів	7,53	10,31	2,87	2,78	11,56	136,92	212,12
Тривалість обертання запасів	47,83	34,93	16,46	-12,9	-18,47	73,03	47,12
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	2,03	0,58	1,37	-1,45	0,79	28,57	236,21
Термін обертання кредиторської заборгованості	177,56	623,25	262,46	447,69	-362,79	352,13	41,98

За досліджуваний період показники, що характеризують ділову активність зазнали значних змін як позитивних так і негативних. До позитивних змін можна віднести збільшення на 168,42% коефіцієнту обертання оборотних активів; на 268,35%, коефіцієнту обертання активів, на 160% коефіцієнту оборотності дебіторської заборгованості. Відповідно тривалість обертання дебіторської заборгованості зменшилась на 61,66%, в 2020 році становить – 120, 51 дні порівняно з 314,33 дні у 2019 році. Збільшився також коефіцієнт оборотності запасів на 112,12% порівняно у 2019 році.

До негативних тенденцій, які викликали також негативні зміни в платоспроможності підприємства є збільшення коефіцієнта оборотності кредиторської заборгованості порівнюючи 2020 рік з 2019 роком – показник

збільшився на 136,21%. Відповідно зменшився термін погашення/обертання кредиторської заборгованості майже вдвічі.

На кінцевому етапі фінансового розглянемо динаміку показників рентабельності ПрАТ «Миронівський хлібопродукт», наведену у таблиці

2.11.

Таблиця 2.11
Динаміка показників рентабельності в 2018-2020 рр., %

Показники	Роки			Відхилення	
	2018	2019	2020	2019/ 2018	2020/ 2019
Рентабельність активів (за прибутком до оподаткування)	-22,13	-2,77	13,67	12,52	493,50
Рентабельність активів (за чистим прибутком)	-18,16	-2,77	13,67	15,25	493,50
Рентабельність операційної діяльності	-9,49	14,44	63,50	-152,16	439,75
Рентабельність виробничих засобів	-9,6	-9,47	26,36	98,65	278,35
Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від продажів	-9,03	3,61	10,98	30,98	304,16

Показники рентабельності у фінансовому аналізі характеризують ефективність використання активів в операційній діяльності. Вони

показують, суму прибутку яка припадає на 1 грн. понесених операційних

витрат, тобто чи прибуткова основна діяльність підприємства. Протягом

останніх трьох років показники рентабельності значно покращилися, зокрема

рентабельність операційної діяльності збільшилась на 63,50%, в 2020 рік

порівнюючи з 2019 роком. Рентабельність операційної діяльності зросла у

2020 році на 49,06 відсоткових пунктів, порівнюючи у 2018 р., що є

безумовно позитивним явищем.

Рентабельність активів показує ефективність використання активів компанії для генерації прибутку [9]. Додатне та високе значення показника

свідчить про ефективну та результативну діяльність підприємства. В 2018 та

2019 році використання активів було негативне, про що свідчить від'ємне

значення показника рентабельності, а вже у 2020 році – 13,67%.

Рентабельність активів за прибутком до оподаткування зріс у 2020 р. на 11,37

відсоткових пункти, порівнюючи з 2018 р., які і рентабельність активів за чистим прибутком.

2.4. Аналіз інноваційної діяльності ПрАТ «Миронівський хлібопродукт»

Сьогодні інноваційна діяльність та, особливо, розвиток інноваційного бізнесу покликані подолати економічні проблеми та забезпечити реформування економіки України. Інноваційна діяльність є обов'язковою умовою забезпечення конкурентоздатності продукції, товарів чи послуг на ринку. Про це свідчить досвід як розвинених, так і нових індустріальних країн, які досягли значних економічних успіхів на інноваційному шляху розвитку.

Якщо розглядати чинники, які створюють передумови для розвитку інновацій на підприємстві, то до них можна віднести: прибуткову діяльність підприємства та його фінансову стійкість. Проаналізуємо передумови здійснення інноваційної діяльності на ПрАТ МХП, хоча холдинг позиціонує свою діяльність протягом останніх 10 років як інноваційну.

Таблиця 2.12

Доходи ПрАТ «МХП» за 2018-2020 рр., тис. грн.

Показники, тис. грн	Роки			Відхилення			
	2018	2019	2020	Абсолютне 2019/ 2018	2020/ 2019	Відносне 2019/ 2018	2020/ 2019
Чистий дохід від реалізації продукції	12724865	17849182	34464262	5124317	16615080	140,27	193,09
Інші операційні доходи	7872760	13398606	16065183	6025846	2666577	181,73	119,90
Інші фінансові доходи	249360	44716	233004	-204644	188288	17,93	521,08
Інші доходи	119270	93134	3886371	-26136	3793237	78,09	4172,88
Доходи всього	20466255	31385638	54648820	10919383	23266182	153,35	174,12

Показники наведені в таблиці 2.12 свідчать, що доходи акціонерного товариства збільшилися в 2020 році порівняно з 2019 роком на 74,12%. Це відбулося за рахунок збільшення всіх його складових, так чистий дохід від реалізації продукції, за досліджуваний період збільшився майже вдвічі, що безумовно є позитивним явищем, якщо порівнювати 2019 та 2018 рр., то вказаний показник зріс на 40,27%, відповідно в 2020 з 2019 роком, на 93,09%.

На рисунку 2.2 наведено динаміку доходів ПрАТ «Миронівський хлібопродукт»

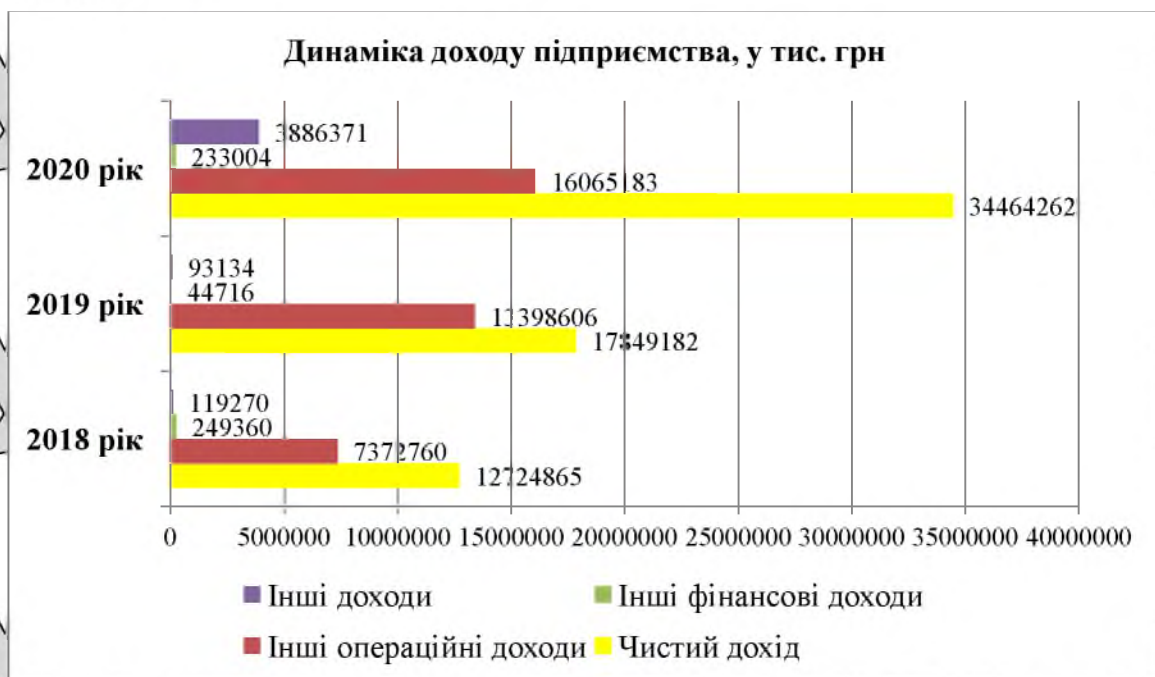


Рис. 2.2. Динаміка доходу ПрАТ «Миронівський хлібопродукт»

На наступному етапі проаналізуємо динаміку складових прибутку підприємства за 2018-2020 рр., за показниками аналітичної таблиці 2.13.

У ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» у 2018 та 2019 році діяльність була збитковою (табл. 2.13). Необхідно зазначити, що в 2018 році збитковою була операційна діяльність підприємства. В 2019 році до збитку призвела фінансова діяльність, тому що прибуток від операційної діяльності склав 644612 грн., а от фінансовий результат склав – 1802138 тис. грн. збитку, що свідчить, що підприємство розраховується за своїми кредитними

зобов'язаннями. В 2020 році результат діяльності підприємства є прибутковим (рис 2.3).

Таблиця 2.13

Динаміка прибутків ПрАТ «МХП» в 2018-2020 рр.

Показники, тис. грн	Роки			Відхилення			
	2018	2019	2020	Абсолютне		Відносне	
				2019/ 2018	2020/ 2019	2019/ 2018	2020/ 2019
Валовий прибуток	3095486	4730890	7521178	1635404	2790288	152,83	158,98
Прибуток від операційної діяльності	-1148767	644612	3784141	1793379	3139529	56,11	587,04
Прибуток до оподаткування	-2269487	-1802639	3971908	466848	5774547	79,43	220,34
Чистий прибуток	-2261858	-1802138	3971908	439720	5774046	79,68	220,40

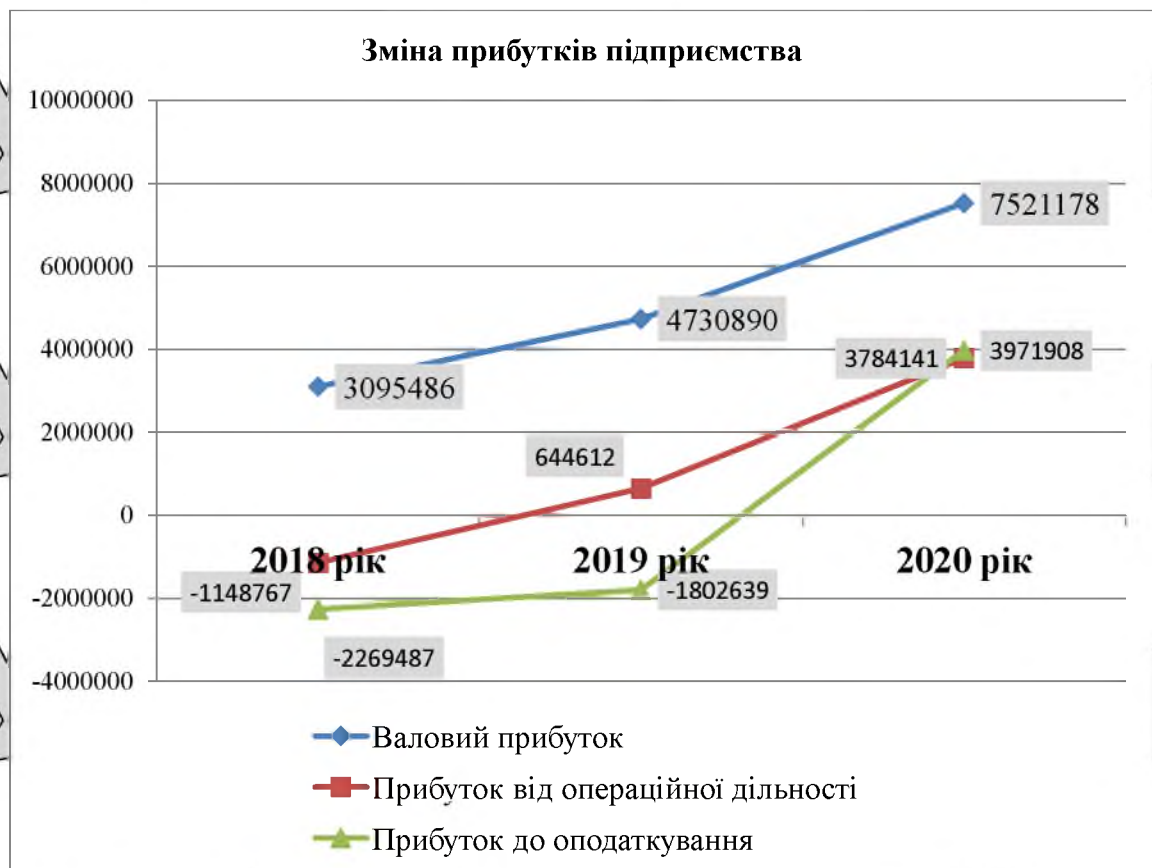


Рис. 2.3. Аналіз прибутків ПрАТ «МХП» за 2018-2019 рр.

На рисунку 2.3 бачимо, стрімке зростання прибутку від операційної діяльності та прибутку до оподаткування в 2020 році.

Фінансова стійкість підприємства відіграє важливу роль у забезпеченні розширеного відтворення та прибутковості у майбутньому. Це здатність підприємства здійснювати свою діяльність в напрямку розвитку, при цьому зберігати рівновагу власних активів і пасивів у середовищі, яке постійно змінюється. Фінансової стійкості можна досягти, здійснюючи ефективне та оптимальне управління грошовими коштами, запасами, основними засобами, а також джерелами їх забезпечення власним та позиковим капіталом. Беззаперечно, сьогодні фінансова стійкість є комплексною категорією, яка вивчає ресурсний потенціал підприємства, його фінансовий стан, залежність від впливу внутрішніх і зовнішніх факторів та спроможність забезпечити ефективну діяльність при збереженні платоспроможності. Фінансова стійкість є ключовим орієнтиром при плануванні діяльності, при впровадженні інноваційних технологій на підприємство, загалом її показники відображають рівень ризиковості функціонування. Проаналізуємо показники фінансової стійкості на підприємстві за 2018-2020 рік за допомогою даних таблиці 2.14.

Таблиця 2.14

Показники фінансової стійкості на ПрАТ «Миронівський хлібопродукт»

Показники	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2018	2019	2020	2019 / 2018	2020 / 2019	2019 / 2018	2020 / 2019
Коефіцієнт автономії (коефіцієнт концентрації власного капіталу)	0,16	-0,03	-0,37	-0,19	-0,34	-18,75	-1233,33
Коефіцієнт боргового навантаження (коефіцієнт концентрації позикового капіталу)	0,84	1,03	1,37	0,19	0,34	122,62	133,01
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,16	0,34	0,26	0,18	-0,08	212,50	76,47
Коефіцієнт фінансової залежності	0,84	1,03	1,37	0,19	0,34	122,62	133,01
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-0,46	4,60	0,95	5,06	-3,65	-1000,00	-20,65

Аналіз показників таблиці 2.14 дозволяє зробити висновок, про погіршення фінансової стійкості підприємства. На підприємстві спостерігається велике боргове навантаження та залежність від позичкового капіталу та про високий рівень фінансових ризиків.

Коефіцієнт фінансової стійкості показує здатність підприємства залишатися платоспроможним в довгостроковій перспективі. За досліджувані роки він задовольняє нормативні умови. Показник знизився у 2020 році порівняно з 2019 роком на – 23,53 %, це є негативною зміною, падіння відбулось за рахунок збільшення зобов'язань, та зменшення власного капіталу (за рахунок нерозподіленого капіталу).

Чітких рекомендацій у значенні коефіцієнта маневреності немає, він показує частку власних коштів, вкладених в оборотні активи, вважається, що його значення повинно бути не менше 0,2, що дозволить забезпечити достатню гнучкість у використанні власного капіталу. За всі роки він вищий рекомендованого значення. У 2020 році – склав 0,95, у 2019 році – 4,60, або зменшився на – 79,35% за рахунок того ж зменшення власного капіталу.

Розглядаючи фінансову стійкість як необхідну умову та основу розвитку інноваційної діяльності підприємства, варто врахувати, що фінансова стійкість виступає результативним показником ефективності діяльності підприємства. Проведений аналіз абсолютних та відносних показників прибутковості діяльності ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» свідчить, що в товариства достатній рівень фінансової стійкості для забезпечення ефективного впровадження інновацій.

ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» позиціонує, що інноваційні зміни полягають в трансформації МХП з продуктової на кулінарну компанію, яка буде виробляти продукцію з високою доданою вартістю, і в найближчі 7 років перейде від фокусування на виробництві продуктів до розвитку екосистеми для створення клієнтської цінності. В інноваційній діяльності ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» виділяє три основні принципи, дотримання яких забезпечує належний рівень розвитку інновації рис. 2.4.

Принципи інноваційної діяльності ПрАТ МХП



Рис. 2.4. Принципи інноваційної діяльності ПрАТ МХП

Складено автором за джерелом: <https://api.next.mhp.com.ua/>

На досліджуваному підприємстві розроблена власна класифікація інновацій. На відміну від традиційної класифікації, згідно з якою виділяють:

- продуктові;
- технічні (процесні);
- організаційні.

В ПрАТ МХП виділяють наступні категорії інновацій, які затверджені політикою товариства (див табл. 2.15):

1. Продукти – розробка нових продуктів, що допомагають споживачам реалізувати свої потреби (функціональні та емоційні).
2. Сервіси, що створюють додаткову цінність через клієнтський досвід найвищого рівня (офлайн та онлайн).
3. Бізнес-моделі – нові бізнес-моделі та партнерства пов'язані із замовленням, приготуванням, покупкою, доставкою та іншими елементами клієнтського досвіду.

Інформація подана в таблиці 2.15 підтверджує активний інноваційний розвиток підприємства, оскільки збільшення кількості інновацій відбулося в 2020 році по всіх категоріях порівняно з 2018 роком.

Таблиця 2.15

Динаміка інноваційної діяльності ПрАТ «Миронівський хлібопродукт»

Типи інновацій	Роки			Зміна 2020 р порівняно з 2018 (+;-)
	2018	2019	2020	
Продукти	8	12	14	+6
Сервіси	3	2	4	+1
Бізнес-моделі	4	5	7	+3

У нефінансовій звітності акціонерного товариства за 2018 рік зазначається, що тенденції у відносинах із зацікавленими особами вимагають надійного підходу до корпоративної відповідальності, зокрема й у питаннях

зміни клімату та сталого розвитку. Тому на рівні корпоративного управління,

на щорічному звітні в стратегії розвитку визначені та затверджені акціонерами товариства основні інновації, які реалізовані або будуть реалізовані в найближчому майбутньому. Використовуючи інформацію подану на

офіційному веб-сайті компанії та провівши її аналіз, побудуємо таблицю

2.16, де охарактеризуємо існуючі інноваційні програми товариства.

Інформація подана в таблиці 2.16 свідчить про велику кількість інноваційних програм товариства. Всі програми довгострокові і націлені на перспективу. Центр розвитку МХП запустив програму Leaders Hub. Її мета –

надати ключовим працівникам компанії можливість розвивати свої лідерські

навички за сприяння міжнародних експертів. Програма має підтримку міжнародних організацій, включаючи бізнес-школу INSEAD, McKinsey, EY та Deloitte. Перша хвиля «МНР Innovation Lab» залучила понад 150 учасників

з української інноваційної екосистеми. Для подальшої співпраці з МХП було

обрано чотири компанії: служба доставки електронної комерції, два

виробника обладнання та український виробник рослинних білків. «МНР

Innovation Lab» продовжуватиметься в 2021 році, планується оголошувати щокварталу принаймні чотири завдання.

Компанія «МХП» також планує продовжувати постійний розвиток своїх систем управління охороною праці шляхом прийняття на рівні групи компанії стандартів OHSAS 18001 та ISO 45001. Це важливий крок, який надалі сприятиме узгодженню діяльності групи з міжнародно-визнаними стандартами охорони праці.

Таблиця 2.16
Інноваційні програми ПрАТ «Миронівський хлібопродукт»

Назва інноваційної програми	Характеристика розвитку інновацій за роками		
	2018	2019	2020
Відстежуваність їжі	Застосування систем блокчейну для демонстрації відстежуваності продуктів харчування. Відстежуваність за допомогою блокчейну охоплює: турботу про тварин; дотримання вимог щодо невикористання ГМО; та питання безпечності їжі в усьому інтегрованому ланцюгу	Продовжує розвиватися	Продовжує розвиватися
Виробництво м'яса без застосування антибіотиків	Компанія досягла значного успіху у просуванні до ще однієї довгострокової мети: виробництво м'яса без застосування антибіотиків. Це залишається пріоритетом Компанії. Також досягнуті істотні успіхи у виробництві більш здорового м'яса	Продовжує розвиватися	Продовжує розвиватися
Вуглецева нейтральність	Закінчені проектні роботи та розпочато будівництво нової біогазової станції потужністю 24 МВт – найбільшої серед станцій такого типу в Європі	Запустили першу чергу біогазової установки в Ладжині в рамках інноваційної стратегії щодо захисту навколишнього середовища та зміни клімату. Перший етап має проектну потужність 12 МВт	Продовжується будівництво другої черги нової біогазової станції потужністю 24 МВт – найбільшої серед станцій такого типу в Європі.
Стає сільське господарство		Нова інноваційна програма якості «Вітиця, люди та планета» («ПШП»)	Продовжує розвиватися
MHP Innovation Lab – конкурс інноваційних ідей			Запущено довгострокову відкриту інноваційну програму «MHP Innovation Lab» з метою залучення місцевих та міжнародних стартапів, підприємців та навчальних закладів до об'єднання зусиль у

НУБІП України

задоволенні потреб
людей, пов'язаних з
продовольством

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

РОЗДІЛ 3

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Удосконалення інноваційного забезпечення підприємства

Сучасна економіка характеризується різким загостренням конкуренції товаровиробників, що викликано процесами глобалізації, свободою перетікання капіталів і трудових ресурсів, зростанням диверсифікації споживацьких запитів, скороченням життєвого циклу товарів, різким посиленням ролі факторів НТП у забезпеченні економічного зростання як окремих суб'єктів господарської діяльності, так і національних економік у цілому. Діяльність суб'єктів господарювання визначається переважно зовнішніми чинниками насамперед факторами мікросередовища (потребами і запитами споживачів, діями конкурентів, умовами взаємодії з постачальниками, посередниками, кредитно-фінансовими установами, впливом органів влади та засобів масової інформації тощо), що безпосередньо впливають, а також факторами макросередовища (соціально-політична, політико-правова, екологічна, технологічна та інші його складові), які окреслюють загальні «правила гри».

У цих умовах успіху на ринку досягають насамперед ті підприємства, які здатні оперативної та ефективно приводити у відповідність внутрішні можливості розвитку зовнішнім, які генеруються макро- і мікросередовищем.

Це передбачає оцінку внутрішніх можливостей (потенціалу) суб'єкта господарювання та зіставлення їх із зовнішніми можливостями і загрозами, які визначають умови діяльності на конкретних товарних ринках. Як свідчить весь світовий досвід, основними засобами досягнення зазначеної відповідності внутрішніх можливостей розвитку зовнішнім є інновації. Саме вони є природним засобом адаптації до змін середовища господарювання, забезпечення умов тривалого виживання і розвитку на ринку.

Суб'єкт господарювання, який зробив ставку на інновації, змушений удосконалювати свою виробничу базу, систему матеріально-технічного

забезпечення, оптимізувати структуру збутової мережі і систему руху товарів, адаптуючи їх до змін ситуації на ринку. Одночасно з цим відбувається перебудова організаційних структур управління, набувають досвіду його робітники, фахівці та керівники, налагоджується система зв'язків з економічними контрагентами, створюється та зміцнюється імідж і т.п., тобто зростає його потенціал інноваційного розвитку. На цій основі розширюються його адаптаційні можливості до змін ринкового середовища.

А це надає змогу реалізувати нові ринкові можливості, проникнути в нові сфери діяльності, які раніше для нього були недоступними. Кожна наступна успішно реалізована інновація розширює можливості суб'єкта господарської діяльності (хоча, зазвичай, є певна межа розвитку, наприклад, за масштабами діяльності).

Формування ефективної системи інноваційного забезпечення адаптації та розвитку адаптаційних здатностей до змін ситуації на ринку з метою виявлення найбільш перспективних сфер і видів виробничо-збутової діяльності (із ставкою на інновації) є одним із найважливіших завдань суб'єктів господарської діяльності.

У той самий час, інноваційна діяльність має шанси на успіх лише за наявності узгодженої взаємодії ринкового потенціалу як здатності ринку сприймати інновації певного типу і спрямованості, інноваційного потенціалу підприємства як можливості втілення досягнень науки та техніки у конкретні товари, що здатні задовольняти запити споживачів, виробничо-збутового потенціалу як здатності підприємства розробити, виробити і просувати інновації на ринку.

Спочатку відзначимо, що інноваційним вважається розвиток, який спирається на безупинному пошуку та використанні нових способів і сфер реалізації потенціалу суб'єкта господарювання у змінних умовах зовнішнього середовища у рамках вибраної місії та прийнятої мотивації діяльності, і який пов'язаний із модифікацією існуючих та формуванням нових ринків збуту. Згідно з цим визначенням його необхідно розглядати як

процес приведення у відповідність внутрішніх можливостей зовнішнім шляхом розроблення, виготовлення та просування на ринок інновацій.

Послідовність етапів інноваційного процесу включає: аналіз ступеня відповідності вибраних сфер і напрямків діяльності ситуації на ринку, а також можливостям суб'єкта господарювання, і генерування та відбір на цій основі ідей інновацій; бізнес-аналіз (аналіз ринку та розроблення плану чи програми маркетингу просування продукції на ринок); розроблення і створення дослідного зразка товару; випробування у лабораторних і ринкових умовах; запуск комерційного виробництва товару. У табл. 3.1 подано інформацію про частку витрат у загальній сумі, успіхів та невдач на етапах інноваційного процесу. Крім того, у табл. 3.1 знаком «+» позначено етапи інноваційного процесу, на яких переважно виконується оцінка інноваційного, ринкового і виробничо-збутового потенціалів.

Таблиця 3.1

Характеристика етапів інноваційного процесу

Показники	Етапи				
	Генерування і відбір ідей	Бізнес-аналіз	Розроблення і виготовлення виробу	Випробування виробу	Комерційне виробництво
Частка витрат на етапах типового завершеного інноваційного проекту, %	7,3	3,7	22,7	18,6	42,7
Частка витрат підприємства на товарні інновації як успішні, так і ні, %	14,7	6,1	36,9	16,7	25,6
Успішні проекти, %	34,7	45,2	52,1	58,8	66,3
Невдалі проекти, %	65,3	54,8	47,9	41,2	33,7
Оцінка ринкового потенціалу (+/-)	+	+	+	+	+
Оцінка інноваційного потенціалу (+/-)	+	-	+	+	-
Оцінка виробничо-збутового потенціалу	+	-	+	+	-

Як випливає з табл. 3.1, найбільша частка невдалих проектів відсікається на попередніх етапах, вона істотно зменшується на

завершальних. Витрати ж зростають при переході на кожен наступний етап типового завершеного інноваційного проекту. Таким чином, вибір прийнятних і відсів неприйнятних проектів інноваційного розвитку необхідно виконувати як можна раніше щоб зменшити непродуктивні витрати.

Подальший аналіз табл. 3.1 показує, що найбільш насиченими різного роду оцінками є 1 -й, 3-й і 4-й етапи. Саме на них детально аналізується інноваційний потенціал (разом з іншими) підприємства-інноватора. На ці етапи припадає більше 50% витрат підприємства на розроблення товарних інновацій і від точності й обґрунтованості оцінки залежить, чи будуть продуктивними ці витрати чи ні.

До етапів, позначених у табл. 3.1 додано ще один (він передусє зазначеним), на якому виконується оцінка ступеня відповідності внутрішніх умов розвитку підприємства зовнішнім, що генеруються ринком, і вибір можливих напрямків інноваційного розвитку. Це зроблено виходячи з того, що інновації є ефективним засобом встановлення такої відповідності. Безперечно, на цьому етапі також необхідно виконувати оцінку інноваційного, ринкового та виробничо-збутового потенціалів.

Необхідність комплексного розгляду ринкового, інноваційного та виробничо-збутового потенціалів побічно підтверджується відомими іноземними фахівцями, які серед головних невдач товарних інновацій відзначає такі: 1) недостатню ринкову орієнтацію; 2) невідповідність темпів розроблення нового товару темпам зміни потреб на ринку (через технічні проблеми, неточне планування, організацію та контроль); 3) низьку якість товару (внаслідок недоліків, допущених на етапах розроблення товару); 4) недостатнє попереднє підготовлення та пророблення заходів з організації виробництва нового товару; 5) недостатню диференційованість товару, намагання слідувати за лідерами на ринку, відсутність власних «родзинок»; 6) технічні проблеми у розробленні та виробництві; 7) нестачу часу, коштів, кадрів (розробників, виробничників, керівників) та інших ресурсів.

Не лише підкреслює важливість попередніх робіт на 1-4 етапах з метою визначення, які інновації, якої спрямованості, з якими техніко-економічними характеристиками зможе розробити і просувати на ринку конкретне підприємство, виходячи з потреб ринку, можливостей і здатностей підприємства задовольнити ці потреби шляхом втілення досягнень науки та техніки у розроблення та виготовлення нових виробів – ефективних у виробництві та споживанні. Тобто доцільним є аналіз, разом з інноваційним, ринкового і виробничого потенціалів, разом вони становлять потенціал інноваційного розвитку, а також аналіз та оцінка ступеня їх взаємної відповідності та узгодженості.

Зацікавленими у результатах оцінки можуть бути:

- керівництво суб'єкта господарювання, яке оцінює можливість реалізації певних напрямків інноваційного розвитку;

- інвестори, що оцінюють достатність інноваційного потенціалу суб'єкта господарювання з погляду доцільності інвестування;
- органи державної та місцевої влади (в особі їх керівників), які оцінюють доцільність і можливу результативність підтримки як конкретних інноваційних проектів окремих суб'єктів господарювання, так і певних напрямків інноваційного розвитку взагалі.

Таким чином, потенціал інноваційного розвитку необхідно розглядати як систему, що включає ринковий, виробничо-збутовий та інноваційний потенціали і забезпечує приведення у відповідність внутрішніх можливостей розвитку суб'єкта господарювання на основі зовнішніх інновацій, які генеруються ринком.

Причому виробничо-збутовий потенціал суб'єкта господарювання необхідно розглядати як технічну можливість та економічну доцільність розробити (хоча це не обов'язково, оскільки нові ідеї, технології і т.п. можна придбати), виробити і просувати інновації на ринку. Інноваційний потенціал – як здатність впровадження досягнень науки і техніки у конкретні товари, які здатні задовольняти потреби і запити споживачів. Ринковий потенціал –

як наявність підкріпленого купівельною спроможністю попиту, фактичного чи потенційного, або ж можливості формування попиту (для принципово нових товарів – виробів чи послуг). Він визначає можливості ринку сприйняти інновації певного типу і спрямованості, які може розробити і запропонувати на ринку конкретне підприємство.

Реалізація і розвиток потенціалу інноваційного розвитку відбувається на основі постійного обміну інформацією та управлінськими впливами з мікро- та макросередовищем господарювання. Основні з управлінських дій спрямованих на забезпечення відповідності внутрішніх можливостей розвитку зовнішнім, згруповані за складовими, наведено у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Управлінські дії, спрямовані на розвиток ринкового, виробничо-

збутового та інноваційного потенціалів суб'єкта господарювання

Потенціал	Управлінські дії
Ринковий	Уточнення ринкових позицій суб'єкта господарювання і його місця на ринку, проведення заходів комплексу маркетингу, удосконалення роботи служби маркетингу. Пошук напрямків діяльності і товарів, які більшою мірою відповідають запитам економічних контрагентів підприємства-інноватора (споживачів, посередників, постачальників тощо). Пошук компромісів. Удосконалення діяльності служби маркетингу. Зменшення ступеня неточності, неповноти та суперечливості інформації шляхом проведення ринкових досліджень. Удосконалення роботи служби маркетингу та інформаційних служб (патентно-ліцензійної, відділу технічної інформації тощо)
Виробничо-збутовий	Оновлення обладнання і технологій. Впровадження високопродуктивного сучасного, гнучкого у застосуванні обладнання. Освоєння маловідходних, економічних та екологічно орієнтованих технологій виробництва на усіх його стадіях. Навчання і перепідготовка кадрів. Приймання на роботу висококваліфікованих фахівців. Встановлення відносин взаємної економічної зацікавленості з економічними контрагентами, наприклад, обмін акціями, виплати комісійних тощо
Інноваційний	Стимулювання творчої праці, у т.ч. раціоналізаторської та винахідницької діяльності. Активізація науково-дослідної діяльності. Розширення обсягів її фінансування. Створення проектно-орієнтованих матричних структур управління і відповідних колективів, які спеціалізуються на найбільш перспективних напрямках науково-дослідної діяльності. Створення системи внутрішньовиробничого стимулювання науково-дослідної діяльності. Освоєння методик проведення досліджень на комп'ютерних імітаційних моделях ринкових ситуацій з метою економії коштів і розширення горизонту вибору

Рішення про доцільність виконання конкретних управлінських дій повинні прийматися на основі аналізу та оцінки достатності ринкового, інноваційного, виробничо-збутового потенціалів, а також ступеня їх відповідності один одному.

Підбиваючи підсумки, необхідно зробити такі висновки.

1. В умовах ринку діяльність практично будь-якого суб'єкта господарювання значною мірою визначається зовнішніми умовами, у першу чергу потребами і запитамі споживачів, діяльністю конкурентів та ділових партнерів і т.п. Тому формування системи довгострокових цілей

загальноекономічної та інноваційної діяльності відбувається у результаті прогнозування можливих змін параметрів зовнішнього середовища та зіставлення їх з наявним потенціалом інноваційного розвитку.

2. Основним засобом забезпечення тривалого виживання і розвитку на ринку є приведення у відповідність зовнішнім внутрішніх можливостей розвитку суб'єкта господарювання, на основі впровадження нових товарів, технологій їх виробництва, методів організації виробництва і збуту.

3. Інноваційний розвиток суб'єкта господарювання має шанси на успіх лише за наявності та узгодженій взаємодії ринкового, інноваційного і виробничо-збутового потенціалів підприємства, які разом становить потенціал інноваційного розвитку.

4. Наведена концептуальна схема аналізу та приведення у відповідність складових потенціалу інноваційного розвитку суб'єкта господарської діяльності, визначені процедури її реалізації та основні управлінські дії, спрямовані на досягнення відповідності внутрішніх можливостей розвитку зовнішнім (залежно від стану ринкового, інноваційного та виробничо-збутового потенціалів) надають можливість цілеспрямовано керувати процесами аналізу, відбору та реалізації найбільш перспективних інноваційних проектів.

3.2. Використання сучасних технологій для зберігання зернових культур

Дослідження фінансового стану та інноваційної діяльності ПрАТ «МХП» показало, що підприємство має певні проблеми з рівнем прибутковості.

Основними напрямками активізації інноваційної активності та підвищення прибутковості ПрАТ «МХП» є реалізація продуктивних та процесних інновацій.

Для досягнення цієї мети пропонується використання сучасних технологій для зберігання зернових культур.

В останні роки набуває широкого поширення в Україні спосіб зберігання насіння в поліетиленових багатошарових мішках, що називаються рукавами. Матеріал не дозволяє проникати волозі всередину зернової маси і має спеціальні просочення для захисту від гризунів і інших шкідників. При такому способі зберігання кисень, наявний в міжзерновому просторі, за короткий термін заміщується вуглекислим газом, що забезпечує самоконсервацію насіння.

У табл. 3.3 показані дані зміни технологічних показників якості насіння пшениці за різних способів його зберігання.

Таблиця 3.3

Порівняльний аналіз технологічних показників якості при зберіганні насіння різними способами

Спосіб зберігання	Термін зберігання, міс.	Натура – маса певного об'єму зерна, виражена в грамах, г/л	Скло-видність, %	Масова частка клейковини, %	Індекс деформації клейковини (ІДК), од.
Одноповерховий склад	0	760	55	24,8	80
	8	751	50	25,0	75
Металевий силос	0	765	53	24,8	76
	8	760	51	24,9	77
Елеватор	0	760	52	23,8	76
	8	757	50	23,7	70
ПЕТ рукав	0	768	54	23,8	82
	8	764	52	23,9	76

Таким чином, порівнюючи різні способи зберігання зерна, можна відзначити, що найбільш значне зниження маси зерна відбувається при його зберіганні на майданчику току, найменші кількісні втрати зерна відзначені при зберіганні в металевому силосі і поліетиленовому рукаві. Крім того, зберігання на майданчику сприяє збільшенню вологості і засміченості зерна.

Як показують результати досліджень, показники якості зерна змінюються на різну величину залежно від способів зберігання. Так, при зберіганні зерна на майданчику току його натура знизилася на 9 г/л, що пояснюється збільшенням показників вологості і засміченості. Зберігання

зерна в умовах частих змін погодних умов осінньо-зимового періоду, перепадів вологості знижує скловидність зерна з 52% до 38%.

Одним із видів діяльності ПрАТ «МХП» є вирощування зернових культур, а також надання послуг елеваторів та експорту зерна. Крім того, для забезпечення своєї виробничої діяльності необхідним обсягом сировини ПрАТ «МХП» укладає договори та фінансує сільгоспдприємства, які вирощують зернові та олійні культури. З цих причин оптимізація витрат на зберігання сировини є особливо актуальною, оскільки при зберіганні зернові та олійні культури можуть піддаватися негативним факторам, серед яких шкідники, неналежні умови зберігання, що призводять до погіршення якості сировини та до її псування тощо.

Одним з напрямків оптимізації витрат на зберігання матеріальних ресурсів є впровадження сучасних технологій зберігання олійних та зернових культур.

З кінця 90-х років намагаючись вирішити проблему зберігання зерна, фермери стали експериментувати з технологією зберігання зерна в полімерних рукавах. Після того, як експерименти дали вдалий результат, технологія почала поширюватися, а потім - масово застосовуватися спершу в Аргентині, а потім і в інших країнах світу. Цей метод вже спробували і адаптували в багатьох країнах.

Суть технології – герметичне зберігання зерна. Досягається шляхом створення всередині полімерного рукава середовища, в якому завдяки респираторному процесу дихання зерна, комах і мікроорганізмів змінюється склад атмосфери – знижується рівень кисню O_2 за рахунок його заміщення вуглекислим газом CO_2 . Так як повітрообмін із зовнішнім середовищем закритий, відбувається консервація зерна в середовищі вуглекислого газу, який є ідеальним натуральним консервантом. Атмосфера всередині, насичена CO_2 і збіднена O_2 інактивує або скорочує здатність до відтворення та розвитку комах і грибків, а також власну активність зерна і дозволяє зберігати його, залежно від вологості, до 18 місяців. При цьому всі комахи і шкідники гинуть вже через 10-20 днів.

Перевагами технології є:

- мінімальні інвестиції. Усі інвестиції – це придбання недорогого обладнання та підготовка майданчика для закладання рукавів із зерном;
- швидка окупність інвестицій в устаткування (у багатьох господарствах технологія зберігання зерна в рукавах окупила себе за півсезону);
- економія на будівництві стаціонарних зерносховищ, ангарів, послугах елеваторів;
- купівля рукавів (мішків) тільки на урожай – зниження зайвих витрат;
- дозволяє уникнути процесу вимушеної зупинки прибирання, яке часто має місце через чергу на елеватор, відсутності вільної площі на токах і т.п.;
- зберігання сухого зерна або зерна з підвищеною вологістю;
- можливість подальшої сушки вологого зерна із закладкою сухого на довгострокове зберігання;
- відсутність необхідності транспортування зерна на елеватор;
- вибір місця зберігання в залежності від виробничих потреб;
- вивільнення автомобільної та іншої сільськогосподарської техніки;

зберігання відсортованого зерна товарними партіями по
однорідним якісним показникам:

- компактність, на 1 гектарі – 5000 тонн зерна;
- зерно не потребує дезінсекції, виняток зараження;

виключення витрат по зберіганню на елеваторі (15-35% від
вартості зерна);

- низька собівартість зберігання;
- скорочення транспортних витрат (15-35% від вартості зерна);
- відсутність знеособлення і заниженої оцінки елеваторами якості

зерна;

отримання на виході зерна вищої якості (виграш в ціні) за рахунок
післязбирального дозрівання в рукавах;

- можливість надання упакованого в мішки зерна банкам або
оцінювачам страхової компанії в якості застави для отримання кредиту.

Разом із численними перевагами, у цієї технології є і недоліки:

- дотримання рівномірної вологості зерна в рукаві, бажано в межах
12-13%;

вплив зовнішнього середовища та різних температурних коливань;

низька механічна міцність рукава;

- потреба у спеціальній техніці для завантаження-розвантаження;
- регулярний контроль за станом зерна в рукаві, ручна термометрія;
- здороження відносно об'єму і терміну експлуатації стаціонарного

сховища.

В Україні технологія зберігання зерна в рукавах вже застосовується в
Сумській, Черкаській, Вінницькій, Кіровоградській, Тернопільській,
Харківській, Хмельницькій і в інших областях. Досвід господарств показав

незмінність показників якості при закладці зерна вологістю до 14% і високу
економічну ефективність технології зернозберігання в рукавах.

При зберіганні пшениці в зерносховищах різних типів – одноповерховому складі, металевому силосі, елеваторі і рукаві спостерігалися зміни показників якості зерна.

Для порівняння різних способів зберігання зерна скористаємося даними, наведеними в табл. 3.4.

Ефект при різних способах зберігання зерна

Таблиця 3.4

Показники	Одноповерховий склад	Металевий силос	Елеватор	ПЕТ рукав
Обсяг зберігання зерна, тонн	100	100	100	100
Вартість зерна, грн.	573450	573450	573450	573450
Тариф витрат на зберігання, грн./т.	130	130	270	100
Витрати на зберігання, грн.	13000	13000	27000	10000
Тариф вантажно-розвантажувальні роботи*, грн./т	150	150	150	50
Витрати на вантажно-розвантажувальні роботи, грн.	15000	15000	15000	5000
Втрати зерна, т	4,2	0,5	1,4	0,4
Грошовий вираз втраг зерна, грн.	24084,9	2867,25	8028,3	2293,8
Загальні витрати на зберігання, грн.	52084,9	30867,25	30028,3	17293,8
Економічний ефект, грн.	521365,1	542582,75	523421,7	556156,2

*Примітка: тариф на зберігання розраховується як вартість зберігання 1 тони зерна 1 день на кількість днів зберігання (в табл. розрахунок на 5 місяців, для елеваторів тариф 1,8грн./1день), тарифи на вантажно-розвантажувальні роботи включають оплату послуг приймання зерна в пункті зберігання та відвантаження його після закінчення терміну зберігання

Економічний ефект показує фактичну вартість зерна в розмірі 100 тонн, за вирахуванням витрат на зберігання, вантажно-розвантажувальні роботи та втраг зерна при зберіганні.

Як свідчать дані табл. 3.4, ефективність зберігання зерна в підсумку буде визначатися не тільки збереженням його кількості і якості, але і витратами на його зберігання.

Одноповерховий склад здатний забезпечити зберігання кількості і якості зерна на більш високому рівні порівняно з критим майданчиком за умови виконання знезараження зерносховища. Однак, одноповерхові склади

не завжди дозволяють розмістити на зберігання весь вирощений урожай, а спорудження капітального зерносховища вимагає великих витрат.

В даний час значна частина елеваторів знаходиться у володінні приватних підприємців, які для підвищення рентабельності сховищ прагнуть забезпечити повне завантаження ємностей і часто відмовляються приймати зерно від невеликих підприємств. Збереження 1 т зерна в елеваторі обійдеться здавачеві, щонайменше, 100 грн/т. Крім цього, необхідно сплатити прийом зерна в сумі 30-40 грн/т і відвантаження його після закінчення терміну зберігання – 120-130 грн/т. З цієї причини аграрії неохоче

везуть зерно на елеватор, намагаючись зберігати його в своєму підприємстві.

Як показують результати табл. 3.2 нові способи зберігання, які отримують широке поширення в даний час, – металевий силос і поліетиленовий рукав, дозволяють забезпечити збереження зернової маси без втрати якості. Вартість зберігання 1 т зерна зазначеними способами, включаючи вантажно-розвантажувальні роботи, знаходиться в межах 140-150 грн – в металевому силосі, 50 грн – в поліетиленовому рукаві. У разі вибору металевого зерносховища необхідно враховувати витрати на підготовку основи і проведення монтажних робіт з установки силосу. Поліетиленові рукави не потребують спеціальної основи, що дозволяє розміщувати їх безпосередньо в полі.

Порівняно з традиційними способами зберігання зернових у мішках-рукавах має унікальну перевагу, тому що дозволяє зберігати зернові з вологістю до 30-40 %. Дослідження науковців із США, Аргентини, Німеччини свідчать про те, що вологе зерно в мішках самоконсервується, а мінусові температури повітря сприяють його природному охолодженню, таким чином цей спосіб зберігання є економним. Збереження вологого зерна в мішках-рукавах під час холодних температур, тобто протягом пізньої осені та зими, природним чином сприяє його охолодженню. Отже, ще однією передумовою безпечного зберігання вологого зерна є його закладання в холодну пору року та відвантаження до настання стійкого тепла.

3.3. Впровадження продуктивних інновацій на підприємстві

На етапі поставки курятини до цільового споживача за рахунок довгого ланцюга збуту можливе зниження свіжості продукції або взагалі втрата її якісних властивостей. Також результатом транспортування великого обсягу упаковок відразу є погіршення товарного вигляду сировини, що транспортується. Описані негативні наслідки є передумовами для розробки проекту продуктової інновації у вигляді оновленої упаковки з метою оптимізації діяльності підприємства за рахунок вирішення наявних проблем.

Здійснивши дослідження використання різних видів упаковки для сирого м'яса європейськими виробниками було визначено, що багато зарубіжних виробників (більше 50%), які реалізують свою продукцію через мережеві магазини, упаковують свіже м'ясо в лотки, що герметично запаюються та містять всередині спеціальне модифіковане газове середовище.

Враховуючи проблематику поточної упаковки для курятини у ПРАТ «МХП», найкращим варіантом її оновлення буде варіант упаковки у лотки з МГС. Упаковка в модифікованому газовому середовищі є найсучаснішим способом збереження якості та свіжості продуктів харчування, оскільки дозволяє в кілька разів збільшити термін зберігання без заморожування і при цьому повністю виключити застосування хімічних добавок і консервантів. Порівняльна характеристика нової упаковки зі старою та її основні переваги наведені у табл. 3.7.

Аналізуючи наведені у табл. 3.5 характеристики продуктів зауважимо, що транспортування нової упаковки буде більш зручним за рахунок правильної прямокутної форми. Антифогова плівка забезпечує відсутність запотівання упаковки всередині навіть при різкому охолодженні; менша щільність плівки та нова форма упаковки, що дозволяє по іншому здійснити викладку сировини, сприяє більш якій та надійній запайці. Проте основною новизною розробки є використання захисного газу, який сприяє подовженню терміну придатності сирого м'яса із 5-6-ти днів до 7-ми.

Таблиця 3.5

Порівняльна характеристика нової та старої упаковки

Технічні характеристики	Стара упаковка	Нова упаковка
Форма	Невисокий контейнер із сировиною, обтягнутий плівкою, за рахунок чого створюється зовнішній рельєф	Лоток із сировиною, запаяний плівкою. Має правильну прямокутну форму, незалежно від рельєфу сировини
Матеріал нижньої частини упаковки	Полістирол	ПЕТ-матеріал
Матеріал верхньої частини упаковки	Плівка з пил-ефектом	Антифогова плівка
Щільність верхньої плівки	80 мкр	60 мкр
Охолодження	Водяне	Туманне
Наповнення	Вакуумне середовище	Захисний газ
Термін зберігання м'яса	5-6 діб	7 діб

Перехід на ПЕТ-матеріал, із якого складається нижня частина упаковки демонструє слідування світовим тенденціям збереження екологічності навколишнього середовища, за рахунок можливості безперешкодної вторинної переробки даного матеріалу.

Креслення лотка для нової упаковки наведено на рис. 3.1.

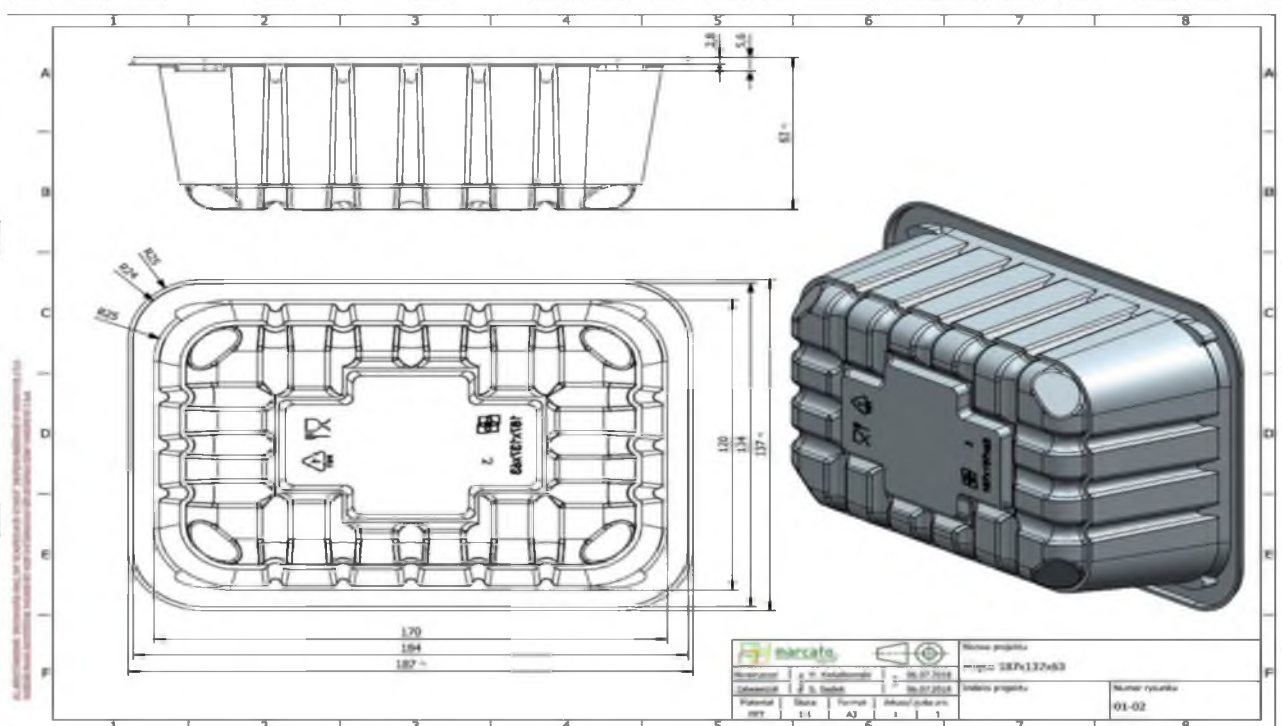


Рис. 3.1. Креслення лотка для нової упаковки

З метою представлення механізму реалізації проекту впровадження продуктової інновації необхідно здійснити бізнес-моделювання даного проекту, тобто розробити його бізнес-модель. Це дозволить:

визначити функціонал та межі діяльності проектного підрозділу;
 оптимізувати склад і величину витрат на реалізацію ідеї;
 – розподілити відповідальність за процеси між учасниками
 проектної групи та визначити площину їх взаємодії;

– визначити споживчу цінність та зосередитись на ключових
 компетенція проекту;
 – регламентувати терміни виконання проекту.

Витрати на впровадження першої партії нової упаковки становлять
 6051,85 тис. грн. У таблиці 3.6 наведена калькуляція витрат. Технологія
 наповнення упаковки захисним газом при запайці є вартісною, проте це
 дозволяє значно скоротити збитки, пов'язані із псуванням продукції та
 зменшити кількість браку, пов'язаного з розпаюванням та псуванням
 упаковки.

Таблиця 3.6
 Розрахунок собівартості інноваційного проекту

№ з/п	Статті витрат	Ціна, грн.	Норма витрат	Витрати на од., грн./шт.	Витрати на весь обсяг, тис. грн.
1	Комплектуючі та їх необхідна кількість, всього:	-	-	3450010,31	4316,65
	Вартість технології	3450000	1	3450000,00	3450,00
	Вартість матеріалів:	-	-	-	-
2	Вартість упаковки розміром 187*137*63	4,69	1	4,69	164,15
	Вартість упаковки розміром 227*178*60	5,62	1	5,62	702,50
3	Паливо і енергія на технологічні потреби, всього:	-	-	0,09	1061,20
	паливо, л	30,32	0,003	0,09	1061,20
4	Разом змінні витрати (ЗВ)	-	-	13,85	5377,85
	Умовно-постійні (накладні) виробничі витрати (УПВ), з них:	-	-	1,15	184,00
5	змінні накладні (ЗН = (0,3 ±0,01К) * УПВ)	-	-	0,34	54,00

Продовження таблиці 3.6

	постійні накладні (ПН = УПВ - ЗН)	-	-	0,81	130,00
6	Разом умовно-змінні витрати	-	-	10,06	5431,85

	(УЗВ – ЗВ+ЗН) = ІПН)				
7	Постійні виробничі витрати (ПВ			0,81	130,00
8	Собівартість продукції (виробнича)			17,87	5561,85
9	Загальногосподарські витрати	-	-	0,94	150,00
10	Витрати на реалізацію і збут продукції	-	-	2,13	340,00
11	Повна собівартість продукції	-	-	13,93	6051,85

Планові обсяги реалізації впроваджуваної упаковки для зберігання та транспортування курятини за даний період наведено у табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Плановий обсяг реалізації впроваджуваної продуктової інновації
протягом тестового періоду, шт. (2022-2023 рр.)

Період	01.06- 31.06	01.07- 30.07	01.08- 31.08	01.09- 31.09	01.10- 30.10	01.11- 30.11	01.12- 31.12	01.01- 31.01	01.02- 28.02	01.03- 31.03
Обсяг випуску нової упаковки розміром 187*137*63	148256	149750	152081	151250	150900	149345	148614	149899	152877	153605
Обсяг випуску нової упаковки розміром 227*178*60	59600	60050	60550	60840	59445	61000	60701	61226	62443	62740

Ціна меншої упаковки приблизно 75 грн, ціна більшої упаковки – 90 грн. На собівартість беремо 75%, також прийнято 12% брати на простій товару. З першого погляду 12% це надто багато, але приблизно на рік 3-5 раз є проблеми з експортом у зв'язку з грипом курячим, Європа відразу відмовляється від продукції, якщо товар вже перетнув митницю, потрібно швидко переформувати товар іншій країні (зазвичай Саудівська Аравія), при підготовці документів втрачається час та псується продукція. Тобто приблизно маємо виручку в розмірі 36908701,50 тис. грн $((1506577*75+608595*90)*0,25*0,88)$. В 2018 році виручка від реалізації становила 34 464

262,00 тис. грн. (тобто на 7,09% менше). Приблизно можемо сподіватись на збільшення чистого прибутку на 7,09%.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

ВИСНОВКИ

Інноваційна діяльність є невід'ємною складовою виробничо-господарської діяльності підприємства, зорієнтованої на оновлення і вдосконалення його виробничих сил та організаційно-економічних відносин.

У загальному розумінні інноваційні процеси, що мають місце в будь-якій складній виробничо-господарській системі, є сукупністю прогресивних, якісно нових змін, що безперервно виникають у часі та просторі. В Законі України «Про інноваційну діяльність» вона розглядається як діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових

досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів та послуг.

Інноваційна діяльність – це види робіт, які спрямовані на практичне використання наукового, науково-технічного результату і інтелектуального потенціалу з метою отримання нової або радикально покращеної продукції, технології її виробництва і задоволення платоспроможного попиту споживачів у високоякісних товарах і послугах, удосконалення соціального обслуговування.

Інноваційне забезпечення діяльності підприємства – це сукупність структурних та динамічних організаційних, фінансово-економічних, міжособистісних та міжгрупових взаємовідносин, а також інформаційно-аналітичних можливостей, усередині та за межами організації, що охоплює множини організаційних зв'язків, відносин власності, субординаційних і координаційних відносин, регламентованих правовими та організаційно-культурними нормами, за допомогою яких ринково-орієнтоване підприємство використовує (або ні) ті інноваційні можливості, що надає йому середовище, сприяє (або ні) досягненню цілей інноваційного розвитку за допомогою реалізації обраної стратегії.

Об'єктами інноваційне забезпечення є сукупність інновацій та інноваційна політика підприємства, які спрямовані на його стратегічний розвиток. Суб'єктами інноваційне забезпечення можуть виступати підрозділи

підприємства, які за допомогою різноманітних форм інноваційної активності забезпечують досягнення стратегічних цілей організації.

Активізацію інноваційного забезпечення сільськогосподарських підприємств доцільно реалізувати через процеси формування, використання та розвитку їх інноваційного потенціалу.

Об'єктом дослідження є ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» – це найбільший в Україні виробник м'яса курятини та один з основних гравців на ринку експортерів сільськогосподарської продукції. Загальний земельний банк товариства становить 370 тис. га, що дозволяє виробляти понад 2,5 млн

тонн зерна та олійних культур на рік. Холдинг володіє брендами «Наша Ряба», «Qualko», «Легко!», «Бащинський», «Ukrainian Chicken». Компанія складається з 14 дистрибуційних центрів (хабів) у великих містах країни.

Продукція компанії представлена в 80 країнах. Приріст активів є свідченням покращення економічної діяльності підприємства, його впливу та частки на ринку.

Аналіз господарської діяльності ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» дозволяє зробити висновок, що вона є ефективною, прибутковою та інноваційною.

За досліджуваний період дійсні ресурси підприємства зросли на 15093696 тис. грн., або на 47,71 %. Підприємство забезпечене основними та оборотними активами. Основні засоби на підприємстві знаходяться в задовільному стані є досить сучасними, адже коефіцієнт придатності перевищує коефіцієнт зносу.

Вартість оборотних активів на ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» збільшилася в 2020 році порівняно з 2019 роком на 90,9% і склала 13088076 тис. грн. Це відбулося за рахунок збільшення всіх складових оборотних активів. В структурі оборотних активів, найбільшу питому вагу займає дебіторська заборгованість, сумарно її частка в 2020 році становить – 88,15% від вартості всіх оборотних засобів. В цілому структура оборотних активів на підприємстві не порушена. Також можна стверджувати, що

підприємство за досліджуваний період ефективно використовує оборотні засоби, оскільки всі показники ефективності значно покращилися.

Показники, що характеризують платоспроможність та ліквідність підприємства за досліджуваний період погіршилися, оскільки їх абсолютне значення зменшилося. За досліджуваний період показники, що характеризують ділову активність зазнали значних змін як позитивних так і негативних.

Показники рентабельності протягом останніх трьох років значно покращилися, зокрема рентабельність операційної діяльності збільшилась на 63,50% в 2020 рік порівнюючи з 2019 роком.

ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» позиціонує, що інноваційні зміни полягають в трансформації МХП з продуктової на кулінарну компанію, яка буде виробляти продукцію з високою доданою вартістю, і в найближчі 7 років перейде від фокусування на виробництві продуктів до розвитку екосистеми для створення клієнтської цінності.

Основними напрямками активізації інноваційної діяльності досліджуваного підприємства визначено процесні та продуктові інновації.

Зокрема, запропоновано заходи використання сучасних технологій для зберігання зернових культур та оновлення упаковки готової продукції.

Запропоновані заходи є економічно доцільними, що підтверджено відповідними розрахунками.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Активізація інноваційної діяльності: організаційно-правове та соціально-економічне забезпечення: Монографія / О.І. Амоца, В.П. Антонюк, А.І. Землянкін та ін. / НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2007. – 328 с.

2. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент: уч. пособ. для вуз. / И.Т. Балабанов. – СПб.: Питер. – 2000. – 303 с.

3. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие / И.Т. Балабанов. – С-Пб.: Питер, 2000. – 208 с.

4. Бойчик І.М., Харів П.С., Хопчан М.І. Економіка підприємства. Навч. посібник. - Львов: „Сполом”, 2000. - 212с.

5. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. Монография. – Луганск: Изд-во Восточноукраинского национального университета, 2000. – 315 с.

6. Головатюк В.М., Соловійов В.П. Концепція моделі вимірювання і оцінки інноваційного потенціалу // Проблеми науки. – 2009. – № 9 - С. 21-27.

7. Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятия: Учеб. пособ. - 2-е изд., доп.-М.: Финансы и статистика, 2002.-208с.

8. Данько М. Інноваційний потенціал у промисловості України // Економіст – 1999. – №10. – С. 26-32.

9. Диагностика стану підприємства: теорія і практика: Монографія / За заг. ред. проф. А.Е. Воронкової. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 448 с.

10. Дікань Л.В., Колесников Є.В. Сучасні підходи до визначення поняття «інноваційний потенціал» / Научно-технический сборник «Коммунальное хозяйство городов». Вып. №52. Серия: Экономические науки. – Харьков: ХНАМТ, 2008. – С. 84-89.

11. Добров Г.М., Тонкаль В.Є., Савельев А.А. и др. Научно-технический потенциал: структура, динамика, эффективность. – К.: Наукова думка, 1987. – 347 с.

12. Економіка підприємства: Навч. посіб. / Б.Г. Шелегеда, Н.В. Касьянова, А.Я. Берсуцький, І.В. Савченко та ін.; Під ред. Б.Г. Шелегеда. – Донецьк: ДонУЕП, 2006. – 394 с.

13. Економіка підприємства: Навч. посібник / За заг. ред. П.В. Круша, В.І. Подвігіної, Б.М. Сердюка. – К.: Ельга-Н, КНТ, 2007. – 780 с.

14. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. д.е.н., проф. Л.Г. Мельник. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. – 648 с.

15. Економіка підприємства: підручник / за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. – [вид. 4-те, перероб. і доп.]. – К.: КНЕУ, 2009. – 816 с.

16. Економіка підприємства: Підручник / За ред. А.В. Шегда. – К.: Знання, 2006. – 614 с.

17. Економіка підприємства: Підручник / М.Г. Грещак, В.М. Колот, А.П. Наливайко та ін.; За заг. ред. С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 528 с.

18. Економічний потенціал підприємства : навч. посіб. / за заг. ред. проф. О. Ф. Балацького, проф. О. М. Теліженка. – Суми : Університетська книга, 2014. – 724 с.

19. Економічний потенціал: формування, використання, оцінка: колективна монографія / [О.В. Бабарика, І.І. Бажан, В.М. Беляєва та ін.]. – Донецьк: Юго-Восток, 2011. – 339 с.

20. Єрмошенко М.М., Гарушак-Єфременко Л.М. Механізм розвитку інноваційного потенціалу кластерооб'єднаних підприємств: Монографія. – К.: Національна академія управління, 2010. – 236 с.

21. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» // Офіційний вісник України. – 2003. – №7. – С. 271.

22. Инвестиционный потенциал в основе реализации инновационных проектов / С.Б. Холод и др.; под. науч. ред. д-ра экон. наук, проф. В.А. Ткаченко. – Д.: Монолит, 2010. – 359 с.

23. Инновационный менеджмент. Справочное пособие. Изд. 3-е, переработанное и дополненное / под ред. П.Н. Завлина, А.К. Казанцева, Л.В. Миндели. — М. : Центр исследований и статистики науки, 1998. – 406 с.

24. Инновационный менеджмент: учеб. для вуз. / под ред. С.Д. Ильенковой. – М.: ЮНИТИ, 1997. – 306 с.

25. Іванов Ю.Б., Орлов П.А., Іванова О.Ю. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: Монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. – 352 с.

26. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: Навчальний посібник. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2003 – 278 с.

27. Інноваційний потенціал / Л.В. Беззубко, С.Є. Захаров, Н.М. Свешніков. – Донецьк, 2008. – 202 с.

28. Інноваційний потенціал управління організацією: монографія / Й.М. Петрович, Л.М. Прокопишин-Раїкевич. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 184 с.

29. Інноваційний розвиток та людський потенціал: оцінка та стимулювання / Козенков Д.Є., Вацкелевич В., Солошенко К.М., Якубова Е.П. / Під ред. д.е.н. К.Ф. Ковальчука. – Дніпропетровськ: Системні технології, 2004. – 157 с.

30. Ковальчук І.В. Економіка підприємства: Навч. посіб. – К.: Знання, 2008. – 679 с.

31. Кокурин Д.И. Инновационная деятельность. – М.: Экзамен, 2001. – 575 с.

32. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с.

33. Кривов'язюк І.В. Підприємство в умовах ринку: Навч. посібник. – К.: «Кондор», 2009. – 840 с.

34. Маковеев П.С., Шарко М.В. Организация, регулирование и управление инновационно-инвестиционной деятельностью в Украине, – Херсон: ХДТУ, 2004. – 280 с.

35. Малецкий Н.А. Экономика организации: Учеб. пособие. – Д.: Национальный горный университет, 2009. – 360 с.

36. Мартошева Л.С., Калиненко В.О. Інноваційний потенціал підприємства як об'єкт економічного дослідження // *Фінанси України* – 2002. – №10. – С. 61-66.

37. Медынский В.Г. Инновационный менеджмент: учебн. / В.Г. Медынский. – М.: ИНФРА, 2002. – 295 с.

38. Механізм управління потенціалом інноваційного розвитку промислових підприємств: монографія / за ред. Ю.С. Шипуліної. – Суми: ТОВ «ДД «Папірус»», 2012. – 458 с.

39. Мешко Н.П. Механізм управління інвестиційно-інноваційним потенціалом: макрорівень: Монографія. – Д.: Наука і освіта, 2004. – 272 с.

40. Мешко Н.П. Управління інноваційно-інвестиційним потенціалом мезорівня в умовах міжнародної інтеграції: монографія / Н.П. Мешко. – Д.: Вид-во ДНУ, 2008. – 428 с.

41. Осипов В.И. Экономика предприятия: Учебник. – О.: «Маяк». – 2005. – 718 с.

42. Пономаренко В.С., Пушкар О.І., Тридід О.М. Стратегічне управління розвитком підприємства. Навчальний посібник. – Харків: Вид. ХДЕУ, 2002. – 640 с.

43. Поручник А.М. Інноваційний потенціал України та його реалізація в міжнародному науково-технічному співробітництві // *Науковий збірник КНЕУ*. – К.: КНЕУ, 2004. – С. 94-117.

44. Потенциал инновационного развития предприятия. Монография / Под ред. Козьменко С.Н., – Сумы: Деловые перспективы, 2005. – 256 с.

45. Райцкий К.А. Экономика организации (предприятия): Учебник. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2003. – 1012 с.

46. Стратегічне управління підприємством реального сектору економіки : механізми, методи, моделі / В. М. Андрієнко, Т. В. Белопольська, Я. В. Лендел, О. О. Плахотнік. – Донецьк : ДонНУ, 2012. – 156 с.

47. Фатхудинов Р.А. Инновационный менеджмент / Р.А. Фатхудинов. – СПб.: Питер, 2002. – 400 с.

48. Федулова І.В. Інноваційний потенціал підприємства / І.В. Федулова, Г.О. Кундеева. – К.: МВЦ «Медінформ», 2010. – 348 с.

49. Фінансовий аналіз : підручник / Багацька К. В., Говорушко Т. А., Шеремет О. О. ; Нац. ун-т харч. технологій. - Київ : НУХТ, 2014. – 319 с.

50. Цал-Цалко Ю. Фінансовий аналіз: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / Юзеф Цалко. - К.: Центр учбової літератури, 2008. - 565 с.

51. Цал-Цалко Ю.С., Холод Б.І. Економіка підприємства. – Житомир: ЖНТІ, 2000. – 388 с.

52. Чухрай Н.І. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове та логістичне забезпечення: Монографія. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2002. – 316 с.

53. Швандар В.А. Экономика предприятия: тесты, задачи, ситуации: Учеб. пособ. для вузов.-3-е изд., перераб. и доп.-М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.- 254с.

54. Швиданенко Г. О., Олексюк О. І. Сучасна технологія діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства. -К.: КНЕУ, 192 с.

55. Экономика организаций (предприятий): Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара. – М: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 608 с.

56. Экономика предприятия (фирмы): Учебник / Под ред. проф. О.И. Волкова и доц. О.В. Девяткина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М: ИНФРА-М, 2007. – 601 с.

57. Экономика предприятия : Учеб. пособ./ Под ред. д.э.н., проф.. Мельника Л.Л. – Сумы: ИГД „Университетская книга”, 2002.-632с

НУБІП України

НУБІП **ДОДАТКИ** України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України